

MBRF

Marfrig  bfr



2025 Resultados

São Paulo, 18 de março de 2026, Marfrig Global Foods S.A. – MBRF (B3 Novo Mercado: MBRF3 e ADR Nível 1: MBRFY) anuncia hoje os resultados do quarto trimestre e ano de 2025 (4T25). As informações operacionais e financeiras a seguir, exceto quando indicado o contrário, são apresentadas em reais nominais, de acordo com os critérios do padrão contábil internacional (IFRS) e devem ser lidas em conjunto com os demonstrativos de resultados e Notas explicativas para o período encerrado em 31 de dezembro de 2025, arquivados na CVM.

DESTAQUES FINANCEIROS

Receita Líquida

R\$ **163.963**

R\$ Milhões

Lucro Bruto

R\$ **20.185**

R\$ Milhões

Margem Bruta

12,3%

Resultado Líquido

R\$ **358**

R\$ Milhões

EBITDA Ajustado

R\$ **13.151**

R\$ Milhões

Margem EBITDA Ajustada

8,0%

Fluxo de Caixa Operacional

R\$ **13.078**

R\$ Milhões

Alavancagem

3,30x

Dívida Líquida/EBITDA Aj 12M (R\$)

América do Norte

ROL (US\$) **13.832**

EBITDA Aj (US\$) **133**

Margem EBITDA Aj **1,0%**

América do Sul

ROL (R\$) **22.194**

EBITDA Aj (R\$) **2.233**

Margem EBITDA Aj **10,1%**

BRF

ROL (R\$) **64.657**

EBITDA Aj (R\$) **10.416**

Margem EBITDA Aj **16,1%**

ESG

100% de monitoramento socioambiental dos fornecedores diretos e indiretos de gado ao final de 2025.

TELECONFERÊNCIA

19/03/2025 – Quinta-feira
10h00 BRT | 9h00 US ET

Acesso em: [clique aqui](#)

Valor de Mercado

R\$ **23,300**

Bilhões

Base: 17/03/2026

Cotações

MBRF3 R\$ **16,62**

Bilhões

Base: 17/03/2026

Ações Emitidas

1.437.644.362

28.851.344

Ações ON / Ações em tesouraria

Base: 31/12/2025

SUMÁRIO

4

MENSAGEM DO CHAIRMAN

5

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

6

RESULTADO CONSOLIDADO

12

RESULTADO POR SEGMENTO

21

DESTAQUE MARCAS

24

DESTAQUES ESG

26

ANEXOS

28

A MBRF



MENSAGEM DO CHAIRMAN

Prezados colaboradores, acionistas, parceiros e clientes,

O ano de 2025 representou um marco na história da nossa Companhia. Unimos Marfrig e BRF para criar a MBRF, uma das maiores empresas de alimentos do mundo, com uma plataforma multiproteína 100% integrada. Realizamos um movimento estratégico que fortalece nossa posição em categorias de maior valor agregado com marcas icônicas, escala e presença global. Concluímos o ano com resultados históricos de volume e receita, além da distribuição de R\$ 3,8 bilhões em proventos aos nossos acionistas.

Ao longo de 2025, seguimos investindo na expansão e modernização da nossa capacidade produtiva, em adequações operacionais para novas habilitações e no fortalecimento de nossa presença internacional. Esses avanços têm ampliado nosso acesso a mercados estratégicos e com grande potencial de consumo como a China, além de sustentar a expansão de nossa plataforma halal. Ampliamos a diversificação de nossos negócios, expandindo também a nossa atuação nos segmentos de gelatina e colágeno com a aquisição de 50% da Gelprime. Essa agenda posiciona a companhia para capturar oportunidades em um cenário de crescimento da demanda global dos consumidores onde a proteína está cada vez mais presente em suas escolhas.

No último trimestre do ano, demos início a iniciativas transformacionais a partir da fusão, simplificando a estrutura da Companhia, ampliando sua capacidade competitiva e estabelecendo uma base ainda mais sólida para o crescimento sustentável do negócio. Seguimos fortalecendo nossas marcas e nossa agenda de inovação, sempre com foco no atendimento a clientes, proximidade com o consumidor e na rentabilidade.

Enfrentamos as adversidades do ano com resiliência, ao mesmo tempo em que fortalecemos a nossa estrutura produtiva, preparando a companhia para uma nova etapa de crescimento. Registro meu agradecimento aos nossos colaboradores pelo desempenho, dedicação e espírito de colaboração ao longo deste ano, e aos nossos clientes, parceiros e acionistas pelo apoio e confiança contínuos.

Apoiados no caminho que construímos até aqui, iniciamos 2026 absolutamente confiantes e convictos em nossa estratégia e no potencial de geração de valor da companhia. Com uma plataforma mais robusta, diversificada e eficiente, seguimos mais fortes, mais simples e preparados para um novo ciclo de crescimento no setor global de alimentos.

Marcos Antonio Molina dos Santos
Presidente do Conselho de Administração

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Prezados(as) Senhores(as),

No ano que marca o nascimento da MBRF, uma das maiores empresas globais de alimentos, líder na produção de hambúrgueres no mundo, a força e a solidez da companhia se refletem em resultados consistentes e históricos. Encerramos o período com receita líquida recorde de R\$ 164 bilhões, crescimento de 12% em relação a 2024, e com mais de 8,2 milhões de toneladas de alimentos comercializadas, avanço de 4% na comparação anual.

O EBITDA ajustado atingiu R\$ 13,2 bilhões no período, com margem de 8%, mesmo em um ano marcado pela restrição das exportações da proteína de frango e pelo momento do ciclo bovino nos Estados Unidos. O fluxo de caixa operacional em 2025 foi de R\$ 13 bilhões e o lucro líquido de R\$ 358 milhões, evidenciando nosso modelo de gestão e a jornada de eficiência da Companhia, que capturou R\$ 1 bilhão no ano.

Na operação Beef América do Norte, apresentamos receita líquida anual de US\$ 14 bilhões, crescimento de 11,8% em relação ao ano anterior. O desempenho do segmento reflete a dinâmica do mercado no período, com menor volume em função da redução da oferta de gado e demanda resiliente pela proteína bovina, sustentando a evolução da receita.

Na operação Beef América do Sul, no comparativo ano contra ano, registramos crescimento de 15% em volume e de 20% em receita líquida, evidenciando de forma consistente os investimentos realizados em expansão de capacidade. O EBITDA ajustado anual alcançou R\$ 2,2 bilhões, representando uma alta de 28% frente a 2024 e reforçando a competitividade da operação.

Na BRF, registramos receita líquida de R\$ 65 bilhões, 5,8% superior ao ano anterior. No mercado interno, entregamos recorde de vendas de processados no ano, retratado no avanço de 7% do volume total em comparação a 2024. Este desempenho, sustentado pela manutenção dos níveis dos principais indicadores de execução comercial, contribuiu para o ganho de participação de mercado, que alcançou o melhor patamar dos últimos 3 anos. No mercado externo, seguimos ampliando de forma consistente nossa diversificação geográfica com a conquista de 230 novas habilitações desde 2022.

Em 2025, também celebramos a aprovação do retorno das exportações de aves da Companhia para os países da União Europeia, abrindo um horizonte positivo para a expansão sustentável e o fortalecimento da nossa presença global. Na região do Gulf Cooperation Council (GCC), o desempenho foi alavancado pelas nossas marcas fortes e ampla distribuição. Atingimos o maior volume histórico no segmento de processados com ganho de 1,3 p.p. de market share na comparação anual, chegando a 38,6% de participação.

Consolidando nossa presença local, encerramos 2025 com a criação da Sadia Halal, fortalecendo a parceria estratégica com o Reino da Arábia Saudita, destravando valor em uma região com consumo crescente de proteínas.

Avançamos de forma decisiva na agenda ESG ao alcançar 100% de rastreabilidade da cadeia de bovinos, tornando a MBRF referência global em monitoramento socioambiental e pioneira no setor de proteína animal com um sistema completo e verificável de controle da cadeia.

Também promovemos cerca de 10 mil colaboradores e consolidamos um movimento robusto e estratégico de desenvolvimento dos nossos profissionais, com a conclusão recorde de 1,8 milhão de treinamentos, somando 4,2 milhões de horas de capacitação em 2025.

Encerramos o ano agradecendo ao nosso chairman e controlador, Marcos Molina, pelo direcional estratégico e seguimos comprometidos em materializar a sua visão de construir uma das maiores e mais relevantes companhias globais de alimentos do mundo, com uma plataforma multiproteína, marcas icônicas e preparada para competir, crescer e gerar valor de forma consistente e sustentável nos mercados em que atuamos.

Nosso muito obrigado aos nossos acionistas, colaboradores, clientes, parceiros e produtores integrados, essenciais para os resultados atingidos até aqui.

Entramos em 2026 com uma agenda definida para capturar as sinergias mapeadas e preparados para iniciar um novo ciclo de geração de valor para todos.

Miguel Gularte
CEO

MBRF



Resultado Consolidado

RESULTADO CONSOLIDADO

Toneladas (Mil tons)	4T25	4T24	Var.%	3T25	Var.%	2025	2024	Var%
Volume Consolidado	2.192	2.093	4,7%	2.101	4,3%	8.220	7.913	3,9%
Mercado Interno	1.420	1.377	3,2%	1.369	3,7%	5.361	5.083	5,5%
Mercado Externo	771	716	7,7%	732	5,4%	2.859	2.830	1,0%

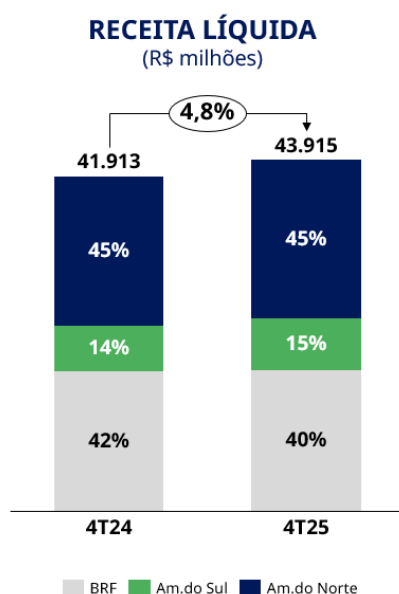
R\$ Milhões	4T25	4T24	Var.%	3T25	Var.%	2025	2024	Var%
Receita Líquida	43.915	41.913	4,8%	41.766	5,1%	163.963	146.530	11,9%
Mercado Interno	30.965	28.912	7,1%	29.599	4,6%	116.022	100.061	16,0%
Mercado Externo	12.951	13.001	-0,4%	12.166	6,4%	47.941	46.469	3,2%
CPV	(38.388)	(36.197)	6,1%	(36.618)	4,8%	(143.778)	(126.765)	13,4%
Lucro Bruto	5.528	5.716	-3,3%	5.148	7,4%	20.185	19.765	2,1%
Margem Bruta	12,6%	13,6%	-105 bps	12,3%	26 bps	12,3%	13,5%	-118 bps
DVGA	(4.016)	(3.934)	2,1%	(3.529)	13,8%	(14.539)	(13.592)	7,0%
EBITDA Ajustado	3.410	3.750	-9,1%	3.503	-2,6%	13.151	13.584	-3,2%
Margem Ebitda Ajustada	7,8%	8,9%	-118 bps	8,4%	-62 bps	8,0%	9,3%	-125 bps
Resultado Financeiro	(2.121)	(1.808)	17,3%	(1.412)	50,2%	(6.324)	(5.546)	14,0%
Resultado Antes de IR e CS	(530)	(273)	94,3%	163	-426,3%	(746)	328	-327,4%
IR + CS	488	1.550	-68,5%	21	2234,9%	1.509	2.377	-36,5%
Participação Minoritários	134	(151)	-188,4%	(90)	-249,3%	(405)	(1.086)	-62,7%
Lucro Líquido atribuído ao controlador	91	1.125	-91,9%	94	-3,1%	358	1.619	-77,9%

Resultados Consolidados são gerenciais e contemplam somente o resultado dos ativos continuados do Brasil, Argentina e Chile até o 3T24.

Receita Consolidada Líquida

Em 2025, a Receita Líquida Consolidada da MBRF foi de R\$ 163.963 milhões, 11,9% acima de 2024, com crescimento de receita em todos os segmentos. Em Beef América do Sul e BRF, este crescimento de receita foi influenciado por maiores volumes vendidos e melhores preços praticados, e em Beef América do Norte por um crescimento de 14,4% do preço líquido, dado a restrição da oferta de gado localmente.

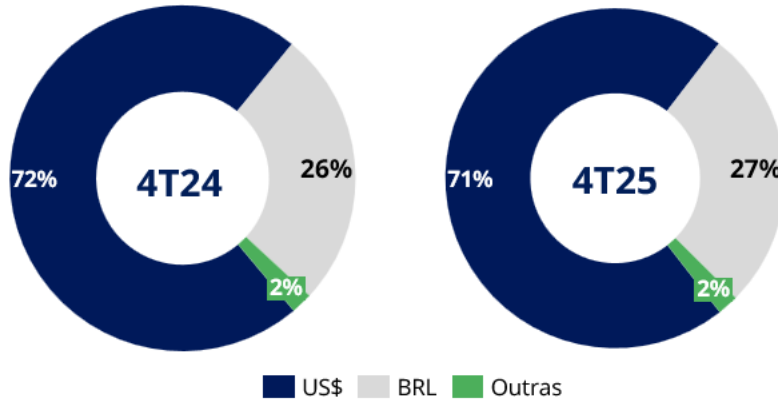
No 4T25, a Receita Líquida Consolidada da MBRF foi de R\$ 43.915 milhões, 4,8% acima do 4T24.



No 4T25, a Receita Líquida em dólares representou 71% da receita total consolidada, decorrente da soma das receitas na América do Norte com as exportações da Operação da América do Sul e da BRF.

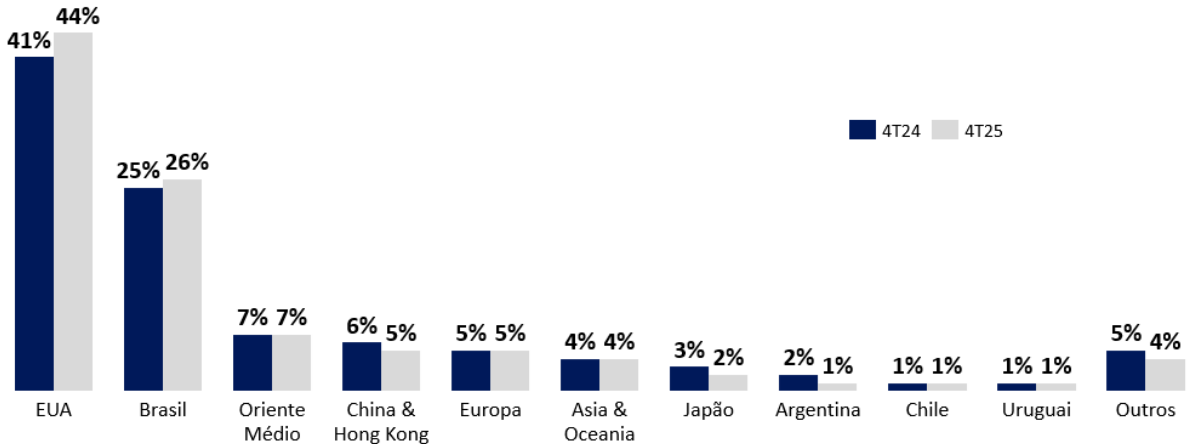
No trimestre, 45% da Receita Líquida Consolidada foi resultado da Operação América do Norte, 15% da Operação da América do Sul e 40% da BRF.

Receita Por Moeda (%)



A MBRF tem apresentado um mix de receita distribuído entre os principais mercados consumidores do mundo. No 4T25, os Estados Unidos representaram 44% das vendas totais, acima do mesmo período de 2024. A participação do Brasil foi de 26%, em linha com o 4T24. As receitas das exportações para o Oriente Médio se mantiveram em 7% e para a China e Hong Kong atingiram 5% no trimestre.

Mercados Consumidores (%) da Receita Líquida Consolidada



Custo dos Produtos Vendidos

Em 2025, o Custo dos Produtos Vendidos da MBRF consolidado foi de R\$ 143.778 milhões, um aumento de 13,4% em relação a 2024. O crescimento do custo é explicado, principalmente, pelo maior custo de aquisição do gado e pelo maior volume de vendas nas operações da América do Sul e BRF.

No 4T25, o CPV da MBRF consolidado, foi de R\$ 38.388 milhões, um aumento de 6,1% em relação ao ano anterior.

Despesas de Vendas, Gerais & Administrativas

Em 2025, as Despesas com Vendas, Gerais & Administrativas (DVGA) totalizaram R\$ 14.539 milhões. A DVGA em função da receita líquida (DVGA/ROL) foi de 8,9%, 0,4 p.p. menor quando comparado ao ano de 2024, explicado principalmente pela diluição das despesas como resultado do aumento da receita em todos os segmentos.

No trimestre, as Despesas com Vendas, Gerais & Administrativas (DVGA) totalizaram R\$ 4.016 milhões. A DVGA em função da receita líquida (DVGA/ROL) foi de 9,1%, 0,3 p.p. menor quando comparado ao 4T24.

As Despesas com Vendas totalizaram R\$ 3.355 milhões, ou 7,6% da Receita Líquida Consolidada, uma redução de 0,2 p.p. em relação da Receita Líquida Consolidada do 4T24, que foi de 7,8%, mesmo a Companhia tendo apresentado crescimento no volume de vendas. Já as despesas Gerais e Administrativas atingiram R\$ 661 milhões, ou 1,5% da Receita Líquida.

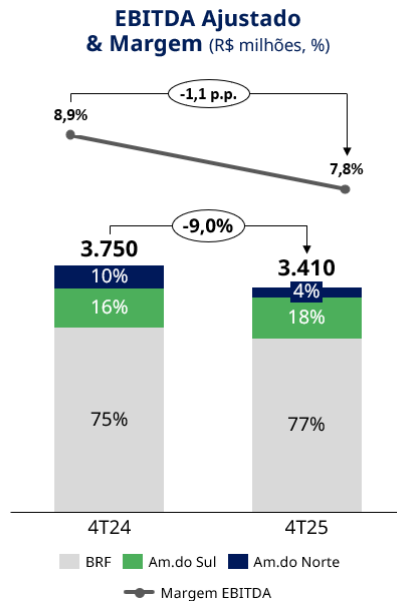
EBITDA Ajustado e Margem EBITDA Ajustada

Em 2025, o EBITDA ajustado consolidado totalizou R\$ 13.151 milhões, representando uma redução de 3,2% em comparação a 2024. Esse desempenho reflete, principalmente, a performance da operação de Beef na América do Norte, que, diante do atual estágio do ciclo pecuário e da restrição na oferta de gado, atravessa um período de pressão de margens.

No 4T25, o EBITDA ajustado consolidado foi de R\$3.410 milhões, uma redução de 9,1% na comparação com o mesmo período do ano anterior.

A margem EBITDA ajustada consolidada foi de 8,0% no ano de 2025 versus 9,3% em 2024, uma redução de 125 bps. No trimestre, a margem EBITDA ajustada foi 7,8%, 118 bps inferior à margem do 4T24.

No trimestre, 77% do EBITDA ajustado consolidado foi resultado da BRF, 18% da Operação América do Sul e 4% da América do Norte.



Resultado Financeiro Consolidado

O resultado financeiro consolidado de 2025, antes dos efeitos da variação cambial, totalizou uma despesa de R\$ 6.343 milhões, aumento de 9,1% em relação a 2024. Essa elevação refletiu principalmente o crescimento da dívida média em 2025 comparado ao ano anterior, em um contexto de alta da taxa básica de juros (14,43% em 2025 *versus* 10,93% em 2024¹), o que elevou o custo da dívida. Adicionalmente, houve maior participação da dívida denominada em reais, contribuindo para o aumento da despesa financeira no período.

No 4T25, o resultado financeiro consolidado antes do efeito da variação cambial, foi uma despesa de R\$ 2.282 milhões, aumento de 18,2% em comparação à despesa do 4T24. A variação trimestral é explicada pelos mesmos motivos citados acima.

1 - Fonte: Banco Central - Variação da média diária dos períodos informados

Em 2025, a variação cambial foi positiva em R\$ 20 milhões. Portanto, o resultado financeiro líquido consolidado de 2025, totalizou R\$ 6.324 milhões em despesas financeiras, uma redução de 4,8% em relação ao ano anterior, influenciado pelo efeito da variação cambial no resultado de 2024. No 4T25, o efeito do FX foi positivo em R\$ 161 milhões, resultando em um resultado financeiro líquido de R\$ 2.121 milhões.

R\$ Milhões	4T25	4T24	Var. %	3T25	Var. %	2025	2024	Var. %
Juros Líquidos Provisionados	(1.446)	(1.233)	17,3%	(1.007)	43,7%	(4.856)	(4.482)	8,3%
Outras Receitas e Despesas	(835)	(697)	19,8%	(353)	136,8%	(1.488)	(1.331)	11,8%
Resultado Financeiro	(2.282)	(1.931)	18,2%	(1.359)	67,9%	(6.343)	(5.813)	9,1%
Variação Cambial	161	(264)	-161,0%	(53)	-403,0%	20	(829)	-102,4%
Resultado Financeiro Líquido	(2.121)	(2.195)	-3,4%	(1.412)	50,2%	(6.324)	(6.642)	-4,8%

Lucro (Prejuízo) Líquido

O resultado líquido consolidado atribuído ao controlador foi positivo em R\$ 358 milhões em 2025, frente a um lucro de R\$ R\$ 1.619 milhões em 2024.

No 4T25, o resultado líquido consolidado atribuído ao controlador foi positivo em R\$ 91 milhões *versus* um lucro de R\$ 1.125 milhões do mesmo período do ano anterior. O desempenho do trimestre foi impactado pelo aumento das despesas financeiras e pelos custos associados à reestruturação e ao processo de fusão.

Capex

Em 2025, os investimentos consolidados recorrentes foram de R\$ 6.397,8 milhões, sendo R\$ 1.059 milhões referentes aos M&As realizados no ano (aquisição de 26% de participação na Addoha Poultry Company, na Arábia Saudita, aquisição de 50% da Gelprime, no Brasil, e aquisição da totalidade da fábrica de processados na Província de Henan, na China). Nas operações de bovinos da América do Norte e da América do Sul, os investimentos em 2025 foram de R\$ 1.407,1 milhões destinados a manutenção e outros investimentos.

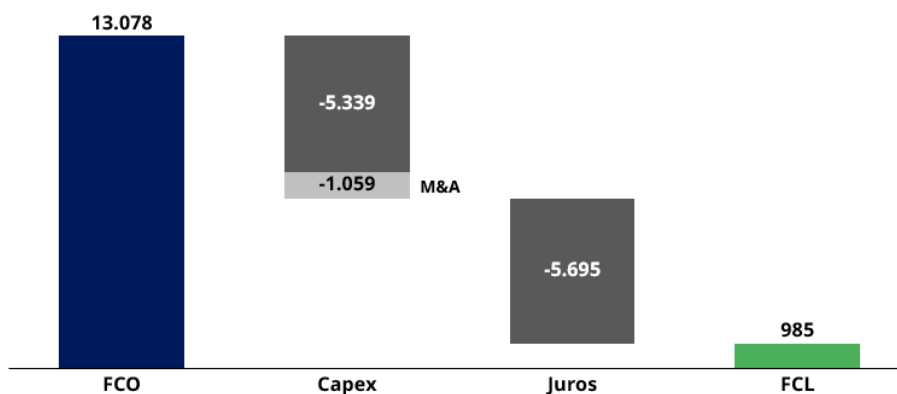
Durante o ano, diversos investimentos para atender a demanda crescente por proteína foram feitos, focados principalmente em aumento de capacidade de abate e de produção de produtos processados. Destacamos a ampliação do número de cabeças abatidas nas unidades de bovinos de Várzea Grande – MT, Promissão – SP e Tacuarembó – Uruguai e de frango na unidade de Lucas do Rio Verde - MT. Também investimos no aumento da capacidade de produção de processados das fábricas de Seropédica – RJ, Videira - SC, Toledo - PR, Kezad – nos Emirados Árabes Unidos, além do *greenfield* em Jeddah, na Arábia Saudita.

No 4T25, os investimentos consolidados totalizaram R\$ 2.179,7 milhões, dos quais R\$ 591,2 milhões foram destinados às operações de *beef*. O montante realizado no trimestre foi o maior do ano e acima do run-rate devido aos investimentos, i) na BRF, com a finalização da aquisição da Gelprime e *ramp-up* do projeto de *greenfield* em Jeddah - Arábia Saudita, ii) na National Beef, como consequência sazonal da maior concentração de investimentos no último trimestre do ano, devido ao menor nível de atividade, e iii) na operação *beef* América do Sul, em função da finalização de projetos. Os investimentos realizados foram feitos para suportar o crescimento futuro da Companhia.

Fluxo de Caixa Recorrente

Em 2025, o fluxo de caixa operacional consolidado foi positivo em R\$ 13.078 milhões, os investimentos consolidados realizados no período foram de R\$ 6.397,8 milhões, e o montante caixa com despesas financeiras consolidadas foi de R\$ 5.695 milhões, como resultado, o fluxo de caixa livre recorrente (excluindo a compra de ações da BRF durante o ano) foi positivo em R\$ 985 milhões.

No trimestre, o fluxo de caixa operacional foi de R\$ 3.634 milhões, os investimentos consolidados foram de R\$ R\$ 2.179,7 milhões e as despesas financeiras consolidadas foram de R\$ 1.517 milhões, resultando em um consumo de caixa de R\$ 63,5 milhões.



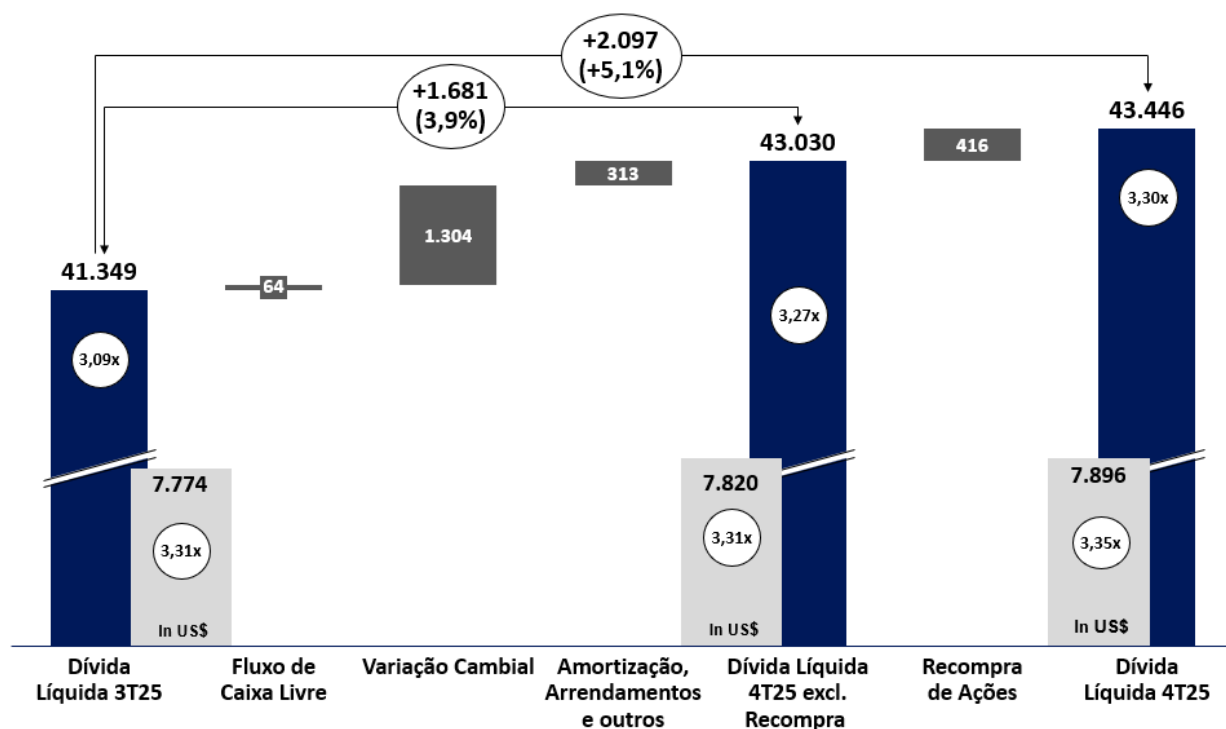
Dívida Líquida

O perfil do endividamento da Companhia é em grande parte atrelado à moeda norte-americana (a parcela da dívida bruta atrelada ao dólar ao dólar ou outras moedas que não o Real ficou em torno de 54,8% no final do trimestre).

A Dívida Líquida Consolidada de fechamento do 4T25 foi R\$ 43.446 milhões, um aumento de 5,1% quando comparada ao 3T25. Quando medida em dólares, a Dívida Líquida Consolidada foi de US\$ 7.896 milhões.

Durante o 4T25, foram recomprados, por meio do programa aberto, R\$ 416,25 milhões em ações. Quando excluimos esse efeito a Dívida Líquida Consolidada do 4T25 foi de R\$ 43.030 milhões, um aumento de R\$ 1.681 milhões e alavancagem de 3,27x.

O índice de alavancagem medido pela relação entre a Dívida Líquida e o EBITDA ajustado UDM (últimos 12 meses) foi de 3,30x em reais. Medido em dólar o indicador de alavancagem ficou em 3,35x.



Detalhamento da Estrutura de Capital

R\$ Milhões	4T25	4T24	Var. %	3T25	Var. %
Dívida de Curto Prazo	13.622	8.550	59,3%	11.035	23,4%
Dívida de Longo Prazo	55.028	52.933	4,0%	52.716	4,4%
Dívida Bruta Total	68.650	61.483	11,7%	63.751	7,7%
Moeda Nacional	45,2%	38,7%	651 bps	44,4%	80 bps
Moeda Estrangeira	54,8%	61,3%	-651 bps	55,6%	-80 bps
Caixa e Aplicações	(25.204)	(22.641)	11,3%	(22.402)	12,5%
Dívida Líquida Gerencial	43.446	38.842	11,9%	41.349	5,1%
Dívida Líquida EBITDA Ajustado (R\$)	3,30	2,47	0,83	3,09	0,21
Dívida Líquida EBITDA Ajustado (US\$)	3,35	2,47	0,88	3,31	0,04

MBRF

Marfrig bfr



Resultado por Segmento



AMÉRICA DO NORTE

Toneladas (Mil tons)	4T25	4T24	Var. %	3T25	Var. %	2025	2024	Var%
Volume Total	490	500	-2,1%	476	2,8%	1.935	1.981	-2,3%
Mercado Interno	431	432	-0,3%	421	2,3%	1.695	1.715	-1,2%
Mercado Externo	59	68	-13,1%	56	6,3%	240	265	-9,4%

US\$ Millions	4T25	4T24	Var. %	3T25	Var. %	2025	2024	Var%
Receita Líquida	3.664	3.199	14,5%	3.639	0,7%	13.832	12.372	11,8%
Mercado Interno	3.393	2.906	16,7%	3.379	0,4%	12.760	11.164	14,3%
Mercado Externo	271	293	-7,5%	261	4,0%	1.072	1.207	-11,2%
CPV	(3.572)	(3.074)	16,2%	(3.509)	1,8%	(13.460)	(11.819)	13,9%
Lucro Bruto	91	125	-27,6%	130	-30,4%	371	553	-32,9%
Margem Bruta (%)	2,5%	3,9%	-144 bps	3,6%	-110 bps	2,7%	4,5%	-179 bps
EBITDA Ajustado	28	62	-55,2%	74	-62,7%	133	289	-54,0%
Margem EBITDA Ajustada (%)	0,8%	1,9%	-117 bps	2,0%	-128 bps	1,0%	2,3%	-138 bps

Na operação Beef América do Norte em 2025, dados do USDA indicam uma redução de 6,4% no abate e de 0,6% no rebanho bovino em comparação a 2024, atingindo o menor nível dos últimos 75 anos. Esse cenário, somado à proibição da importação de gado do México para os Estados Unidos por motivos sanitários, diminuiu de forma mais acentuada a disponibilidade de animais. Como consequência, houve pressão sobre o custo de aquisição para a indústria, resultando em compressão de margens no ano.

Apesar dos aumentos sequenciais do preço da carne bovina para o consumidor, a demanda pela proteína segue resiliente.

Receita Líquida e Volume

Em 2025, o total de vendas da Operação América do Norte foi de 1.935 mil toneladas, volume 2,3% inferior a 2024, alinhado a queda do abate em âmbito nacional como consequência da redução do rebanho bovino norte americano. No ano de 2025, 88% do volume foi vendido no mercado doméstico.

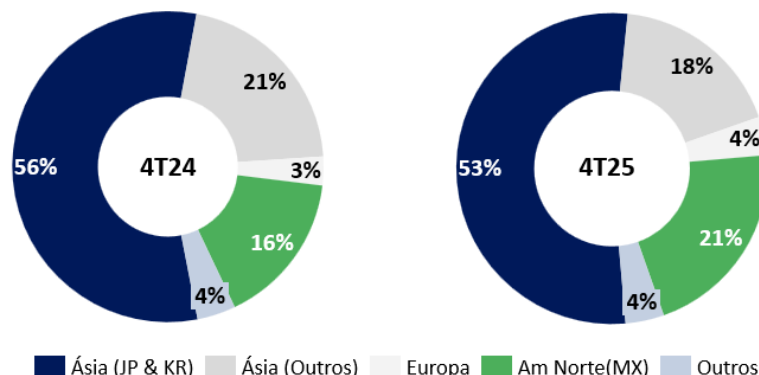
No 4T25, totalizamos 490 mil toneladas, volume 2,1% menor em comparação ao 4T24. Deste montante, 88% foi vendido no mercado doméstico.

A Receita Líquida da Operação América do Norte foi de US\$ 13.832 milhões em 2025, aumento de 11,8% em comparação a 2024, explicado pelo maior preço médio de venda (US\$7,15/kg em 2025 versus US\$6,25/kg em 2024).

No 4T25, a receita líquida foi de US\$ 3.664 milhões, aumento de 14,5% em relação ao 4T24.

Em reais, a Receita Líquida foi de R\$ 77.111 milhões em 2025 e de R\$ 19.752 milhões no 4T25.

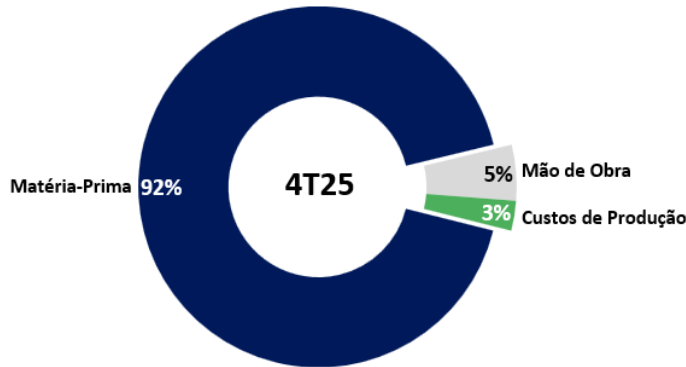
Principais Destinos das Exportações
(% da Receita)



Custos dos Produtos Vendidos

Em 2025, o custo dos produtos vendidos foi de US\$ 13.460 milhões, aumento de 13,9% comparado a 2024, impactado negativamente pelo maior custo da matéria prima. No 4T25, o custo foi de US\$ 3.572 milhões, aumento de 16,2% em relação ao 4T24.

O preço médio utilizado como referência para a compra de gado – USDA KS Steer – foi de US\$ 230,4/cwt, valor 22,0% superior ao 4T24, explicado pela menor disponibilidade de gado.



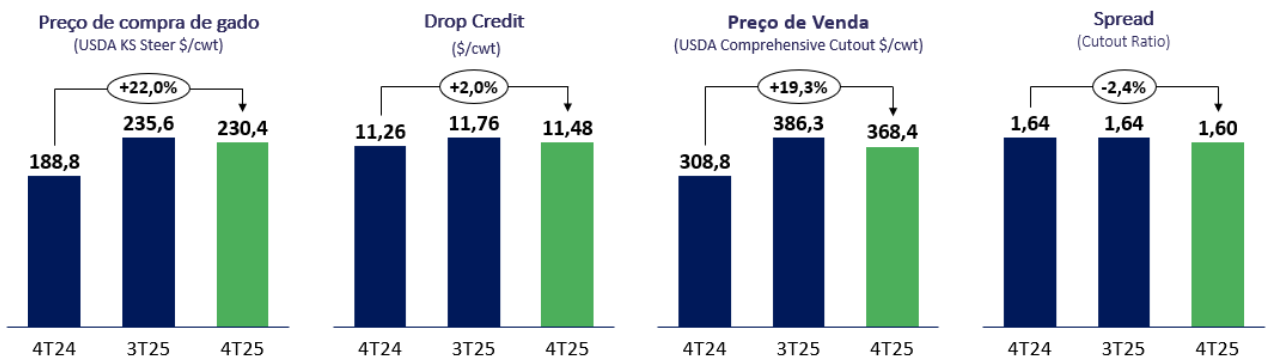
Lucro Bruto e Margem Bruta

O lucro bruto em 2025 foi de US\$ 371 milhões, 32,9% inferior ao resultado apresentado em 2024, com margem bruta de 2,7%, 179 bps abaixo da margem apresentada em 2024. A involução da margem reflete o maior preço de compra do gado em função da baixa disponibilidade, apesar do maior preço de venda. Em reais, o lucro bruto foi de R\$ 2.016,5 milhões.

No 4T25, o lucro bruto foi de US\$ 91 milhões, 27,6% inferior ao resultado apresentado no 4T24, com margem 2,5%, 144 bps abaixo da margem apresentada no 4T24. Em reais, o lucro bruto foi de R\$ 488,1 milhões.

No 4T25, o indicador geral de mercado do preço médio de venda - USDA Comprehensive - foi de US\$ 368,4/cwt, valor 19,3% superior ao 4T24, mas não suficiente para compensar o impacto do aumento do custo do gado no mesmo período.

No trimestre, os créditos de abate (Drop Credit) como couro, sebo e outros subprodutos, foram de US\$ 11,48/cwt *versus* US\$ 11,26/cwt no 4T24.



EBITDA Ajustado e Margem

O EBITDA ajustado de 2025 foi de US\$ 133 milhões, valor 54,0% inferior ao EBITDA ajustado de 2024. Em reais, o EBITDA ajustado foi de R\$ 731,3 milhões.

No 4T25, o EBITDA ajustado foi de US\$ 28 milhões, uma redução de 55,2% do apresentado no 4T24. Em reais, o EBITDA ajustado foi de R\$ 148,9 milhões.

A margem EBITDA ajustada no ano de 2025 foi de 1,0%, 138 bps inferior à margem de 2024. No trimestre, a margem foi de 0,8%, redução de 117 bps quando comparado ao 4T24, justificado pelos fatores acima.

Toneladas (Mil tons)	4T25	4T24	Var. %	3T25	Var. %	2025	2024	Var%
Volume Total	298	271	9,9%	291	2,2%	1.089	951	14,6%
Mercado Interno	171	164	4,8%	176	-2,3%	661	562	17,6%
Mercado Externo	126	107	17,8%	116	9,0%	428	388	10,2%

R\$ Milhões	4T25	4T24	Var. %	3T25	Var. %	2025	2024	Var%
Receita Líquida	6.480	5.755	12,6%	5.659	14,5%	22.194	18.475	20,1%
Mercado Interno	2.701	2.699	0,1%	2.180	23,9%	9.205	8.355	10,2%
Mercado Externo	3.779	3.056	23,7%	3.479	8,6%	12.989	10.120	28,3%
CPV	(5.444)	(4.720)	15,3%	(4.732)	15,0%	(18.664)	(15.435)	20,9%
Lucro Bruto	1.037	1.035	0,2%	927	11,9%	3.530	3.041	16,1%
Margem Bruta (%)	16,0%	18,0%	-198 bps	16,4%	-37 bps	15,9%	16,5%	-55 bps
EBITDA Ajustado	682	663	2,8%	628	8,5%	2.233	1.743	28,1%
Margem EBITDA Ajustada (%)	10,5%	11,5%	-101 bps	11,1%	-58 bps	10,1%	9,4%	62 bps

Resultados Consolidados são gerenciais e contemplam somente o resultado dos ativos continuados do Brasil, Argentina e Chile até o 3T24.

O ano de 2025 marcou um avanço relevante no *ramp-up* da operação de Beef na América do Sul. Após o anúncio, em agosto de 2023, da alienação de parte dos ativos como parte do processo de reorganização e otimização do portfólio, a Companhia intensificou os investimentos nos complexos industriais remanescentes. Como resultado, em 2024 e em 2025 registramos um crescimento robusto de volumes.

Ampliamos a capacidade de abate e desossa nas unidades de Várzea Grande (MT) e Promissão (SP), no Brasil, em Tacuarembó, no Uruguai, e em San Jorge, na Argentina. Esse movimento, aliado ao ganho de produtividade, nos permitiu capturar importantes economias de escala.

No ano de 2025, nossas plantas exportaram para 100 países.

Receita Líquida e Volume

Em 2025, o volume de vendas da Operação América do Sul foi de 1.089 mil toneladas, 14,6% acima de 2024. Este crescimento está alinhado com a adição de capacidade, ainda em processo de *ramp-up* e otimização nos complexos industriais da Companhia, mencionado acima.

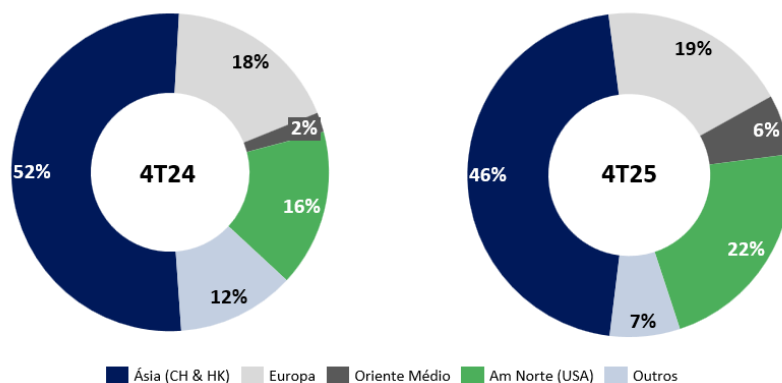
No 4T25, o volume de vendas foi de 298 mil toneladas, 9,9% superior em comparação com o mesmo trimestre de 2024.

As vendas no mercado doméstico representaram 61% do volume total de 2025 e 58% no 4T25.

A Receita Líquida da Operação América do Sul foi de R\$ 22.194 milhões em 2025, um crescimento de 20,1% em relação a 2024, explicado pelo maior volume, conforme detalhado acima, e pela evolução do preço de médio. No 4T25, a Receita Líquida foi de R\$ 6.480 milhões, um crescimento de 12,6% em comparação ao 4T24.

No 4º trimestre de 2025, as exportações representaram 58% da receita do segmento. Do total das exportações no 4T25, aproximadamente 46% foram destinados à China e Hong Kong, 22% para os Estados Unidos e 19% para os países da Europa.

Principais Destinos das Exportações
(% da receita)



Custo do Produto Vendido

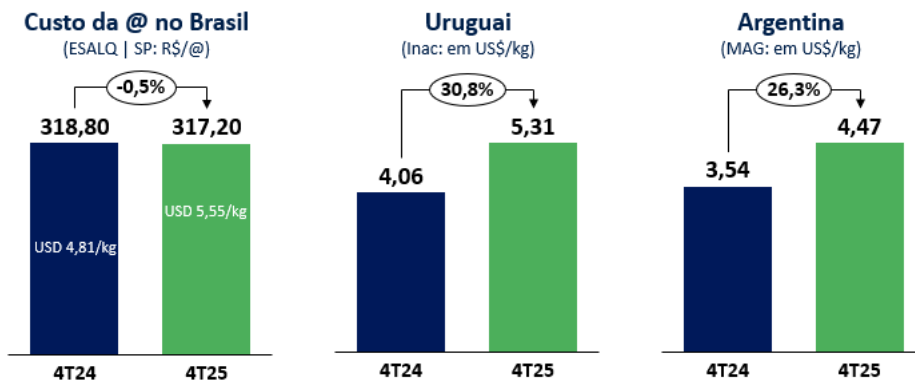
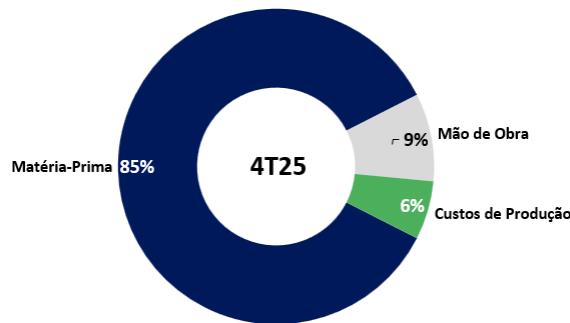
O custo de produtos vendidos em 2025 foi de R\$ 18.664 milhões, um crescimento de 20,9% em comparação com o ano de 2024, explicado pelo maior volume de vendas e o aumento do custo da matéria-prima.

No 4T25, o CPV foi R\$ 5.444 milhões, aumento de 15,3% em relação ao mesmo período de 2024, explicado, principalmente, pelo maior volume de vendas.

No Brasil, o custo de gado, com base na informação CEPEA/ESALQ, foi de R\$ 317,20/@, uma redução de 0,5% em comparação ao 4T24. Enquanto o preço de exportação passou de USD5,55/kg no 4T25 versus USD4,81/kg no 4T24.

No Uruguai, de acordo com dados do INAC, o preço do gado no 4T25 foi 30,8% maior em comparação ao mesmo período de 2024 (US\$ 5,31/kg no 4T25 *versus* US\$ 4,06/kg no 4T24).

Na Argentina o custo de matéria-prima foi de US\$ 4,47/kg, 26,3% acima quando comparado com o mesmo período de 2024.



Lucro Bruto e Margem

Em 2025, o lucro bruto da Operação América do Sul foi de R\$ 3.530 milhões, 16,1% acima do lucro bruto reportado em 2024. A margem bruta foi de 15,9%, ante 16,5% em 2024.

No 4T25, reportamos um lucro bruto de R\$ 1.037 milhões na Operação América do Sul, 0,2% superior ao resultado do 4T24, com margem bruta de 16,0%.

EBITDA Ajustado e Margem

Em 2025, o EBITDA ajustado da Operação América do Sul foi de R\$ 2.233 milhões, um crescimento de 28,1% na comparação com 2024. A margem EBITDA ajustada foi de 10,1% em 2025, 62 bps superior à margem de 2024.

No 4T25, o EBITDA ajustado da Operação América do Sul foi de R\$ 682 milhões, crescimento de 2,8% em comparação ao mesmo período do ano anterior. A margem EBITDA ajustada no trimestre foi de 10,5%.

Toneladas (Mil tons)	4T25	4T24	Var. %	3T25	Var. %	2025	2024	Var%
Volume Total	1.404	1.322	6,2%	1.333	5,3%	5.196	4.981	4,3%
Mercado Interno	818	781	4,8%	773	5,9%	3.005	2.805	7,1%
Mercado Externo	586	541	8,3%	561	4,5%	2.191	2.176	0,7%

R\$ Milhões	4T25	4T24	Var. %	3T25	Var. %	2025	2024	Var%
Receita Líquida	17.683	17.469	1,2%	16.283	8,6%	64.657	61.134	5,8%
Mercado Interno	9.973	9.234	8,0%	9.009	10,7%	35.706	31.296	14,1%
Mercado Externo	7.710	8.235	-6,4%	7.274	6,0%	28.951	29.839	-3,0%
CPV	(13.451)	(12.998)	3,5%	(12.256)	9,7%	(48.253)	(45.299)	6,5%
Lucro Bruto	4.232	4.471	-5,4%	4.027	5,1%	16.404	15.835	3,6%
Margem Bruta (%)	23,9%	25,6%	-166 bps	24,7%	-80 bps	25,4%	25,9%	-53 bps
EBITDA Ajustado	2.639	2.804	-5,9%	2.525	4,5%	10.416	10.508	-0,9%
Margem EBITDA Ajustada (%)	14,9%	16,0%	-113 bps	15,5%	-59 bps	16,1%	17,2%	-108 bps

Em 2025, a BRF alcançou um EBITDA de R\$ 10.416 milhões, com margem EBITDA de 16,1%. Esse desempenho consolida a trajetória de crescimento da Companhia, evidenciada de forma consistente ao longo dos resultados trimestrais, e reflete o aumento de 4,3% a/a nos volumes vendidos e de 5,8% na receita líquida, mesmo em um ano desafiador para a produção local de frango, marcado pelos impactos do primeiro caso de gripe aviária em ave comercial no Brasil, registrado em maio de 2025.

No mercado interno, a BRF registrou um aumento sequencial do volume vendido, alcançando o maior patamar no último trimestre, mesmo excluindo o portfólio sazonal da campanha de comemorativos. Este crescimento foi impulsionado pela força das principais marcas e pela manutenção dos níveis ótimos dos principais indicadores de execução comercial, com destaque para o aumento de 8% a/a da base de clientes, redução de 1,6 p.p. a/a da indisponibilidade de produtos em loja e para a evolução de 1,1 p.p. a/a da aderência ao preço sugerido. Em 2025 a Companhia entregou recorde de volume de vendas de processados, que se traduziu em um ganho importante de participação de mercado.

Adicionalmente, destaque para o sucesso da campanha de comemorativos no último trimestre de 2025, que consolidou as marcas Sadia e Perdigão líderes do Natal brasileiro com 59,9% de participação de mercado², através da melhoria na execução comercial e campanhas de marketing e trade marketing de alto impacto, que contribuíram para a manutenção da liderança nas principais categorias.

No mercado externo, novamente a diversificação de mercados aliada à força das marcas em mercados estratégicos se traduziu em mais um ano de expansão de volumes. Esse avanço foi possível apesar dos desafios impostos pela restrição temporária da exportação brasileira da proteína de frango para diversos destinos importantes como China, países da União Europeia e Arábia Saudita. Em 2025, a BRF conquistou 55 novas permissões para exportação, totalizando 230 desde 2022. No trimestre, destaque para a conquista de habilitações para a União Europeia, Japão e Cuba.

Na região do GCC³, em 2025 pudemos observar avanços importantes em diversas frentes estratégicas para o negócio. A Cia segue crescendo a participação de processados nas vendas e investiu para ampliar a capacidade de produção das fábricas de Kezad, nos Emirados Árabes Unidos, planta dedicada a produção de itens de valor agregado e atendimento às contas globais, e da fábrica de Dammam, na Arábia Saudita. Essa iniciativa se soma ao anúncio do investimento, em parceria com o Public Investment Fund (PIF), para a construção de uma nova planta dedicada a esse tipo de produto em Jeddah, na Arábia Saudita. Concluindo o ano, em outubro, a BRF anunciou a criação da Sadia Halal, uma expansão da *joint venture* entre a MBRF e a Halal Products Development Company (HPDC), subsidiária integral do PIF, fundo soberano da Arábia Saudita. Em 2025 também houve a estreia da marca Sadia na categoria de frangos frescos na Arábia Saudita através da participação na Addoha Poultry Company, produtor local de frango.

No trimestre, observou-se uma evolução dos preços em dólares na região, dada a restrição de oferta local, além de um volume recorde de vendas na operação doméstica. A companhia, presente na região há mais de 50 anos, destaca-se pelo desenvolvimento de marcas fortes, liderança de mercado e preferência do consumidor. Seu diferencial competitivo inclui ampla capilaridade comercial e logística, somado a um footprint fabril alinhado à estratégia do negócio.

Na Turquia, a participação de processados nas vendas segue contribuindo para mitigar os efeitos da pressão de preços na categoria *in natura*, que segue desafiada devido ao aumento da oferta local.

2 - Fonte: Nielsen Scantrack | AS+C&C (20/10/26 à 28/12/26)

3 - Gulf Cooperation Council (GCC): Países membro são Arábia Saudita, Bahrein, Catar, Emirados Árabes Unidos, Kuwait e Omã

Ainda no mercado externo, destaca-se o retorno, após sete anos de bloqueio, das exportações de carne de frango para os países da União Europeia por meio do sistema de *pré-listing*, em outubro de 2025. Essa conquista reforça o acesso do Brasil a um dos mercados mais relevantes do mundo, ao mesmo tempo em que evidencia a robustez dos padrões de inspeção nacionais e a referência em segurança sanitária.

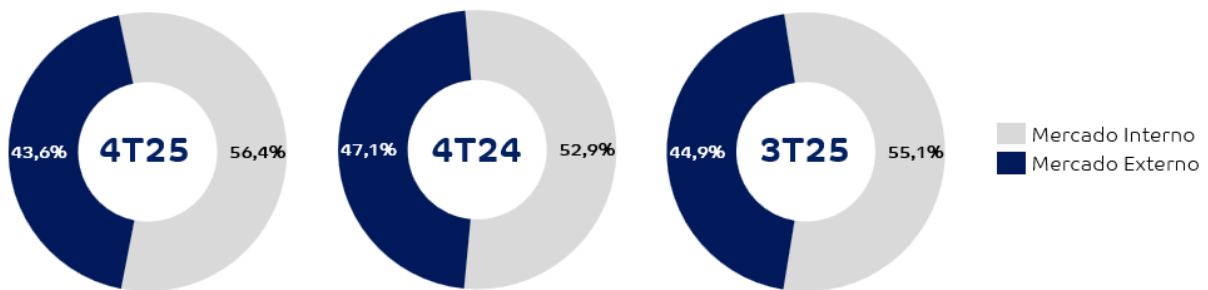
Destaque ainda em Exportações Diretas, para o recorde de volume das exportações de suínos e processados, enviando produtos para 102 países em 2025. Alinhado à estratégia corporativa, o aumento nas exportações dos produtos de valor agregado foi destaque para os mercados da Argentina, Chile, Reino Unido e países da África. Para a exportação de suínos, o desenvolvimento do mercado do Sudeste Asiático, conquistado através de novas habilitações, foi determinante para o resultado do ano, tanto em termos de volume quanto rentabilidade.

Para finalizar, na China, foi concluída a aquisição da fábrica de processados, localizada na província de Henan, em abril de 2025. Os investimentos para adequar a fábrica à produção estão sendo realizados gradualmente, e os testes já foram iniciados. Com esta fábrica, pretendemos atender à demanda local e às contas globais.

Receita Líquida e Volume

Em 2025, observamos uma expansão de 5,8% da receita líquida quando comparada com 2024 explicada, principalmente, pelo aumento de 4,3% do volume vendido no mercado interno e externo e pelo aumento de 1,4% do preço médio, apesar da valorização do real frente ao dólar no período observado.

No 4T25, observamos um aumento da receita líquida de 1,2% a/a explicada também pelo aumento do volume de vendas de 6,2%, apesar da retração do preço médio em 4,7% no período. Esta queda de preço é explicada, principalmente, pelo efeito cambial na receita do mercado externo e pelos desafios de preço no mercado da Turquia dado o excesso de oferta local.



Custo do Produto Vendido

Em 2025, observamos uma expansão de 6,5% do custo, explicado, majoritariamente, pelo i) maior volume vendido (+4,3%), ii) aumento do custo de consumo do milho (+16% a/a⁴), compensado parcialmente pela queda do custo de consumo do farelo de soja, iii) aumento do custo de produção na plataforma da Turquia, iv) efeitos inflacionários sobre produtos e serviços, v) efeito do mix de produtos vendidos no período e, vi) pelo maior volume de compra de matéria-prima de terceiros para atender a demanda crescente de processados.

No 4T25, na comparação anual, notamos um aumento de 3,5% no custo, sendo explicado, principalmente, pelo aumento dos volumes vendidos (+6,2%), sendo mitigado pelo efeito contábil da hiperinflação da Turquia.

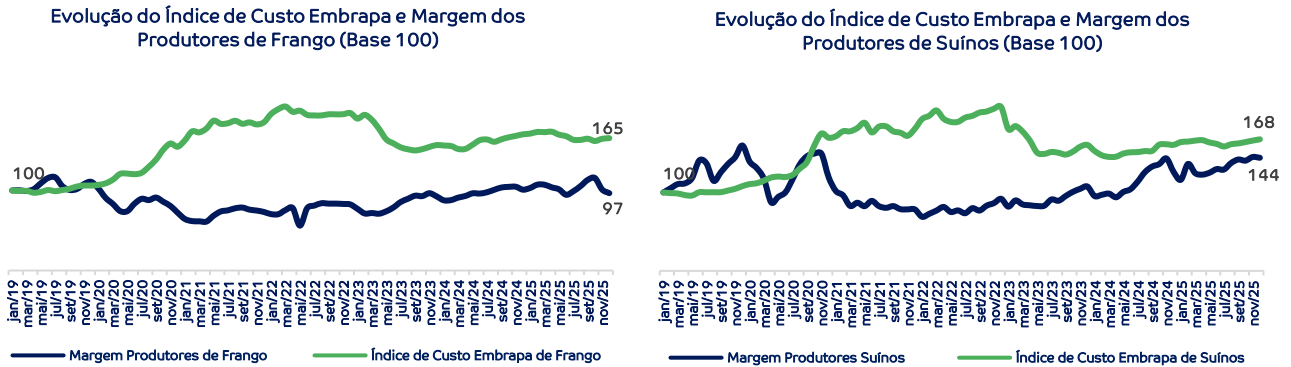
Na comparação trimestral, podemos observar um aumento de 9,7% do custo, explicado, principalmente:

- i) maior volume vendido;
- ii) maiores gastos com frete, refletindo a inflação do período e a demanda excedente para atender a operação de final de ano;
- iii) pelo mix de produtos vendidos, inclusive com a contribuição do portfólio de comemorativos;
- iv) pelo efeito cambial no estoque do mercado externo (ptax média 3T25 R\$5,45 versus R\$ 5,40 no 4T25⁵);

4 - Variação da média móvel de 6 meses dos preços de grãos e óleos, 2025 x 2024. Fonte: Bloomberg e Cepea/ESALQ
 5 - Fonte: Banco Central do Brasil – Ptax média referente aos períodos informados

Os impactos descritos anteriormente foram parcialmente mitigados pela queda do custo de consumo dos grãos no período, refletindo a assertividade no planejamento de compras da Cia e, pelas capturas do programa de eficiência, o BRF+, que no trimestre capturou R\$ 155 milhões, R\$ 1.023 milhões no acumulado do ano.

No trimestre, ao analisar o índice do custo teórico ICP Embrapa⁶ observamos um aumento do custo de produção setorial, influenciado pelo aumento do custo da ração em preços correntes. Esse efeito somado a queda do preço das proteínas *in natura* no mercado interno, refletiu numa involução do patamar de rentabilidade dos produtores⁷ de frango e suíno.



Lucro Bruto e Margem

Em 2025, o lucro bruto foi de R\$ 16.404 milhões, um aumento de 3,6% em relação a 2024. A margem bruta foi 25,4%.

No 4T25, o lucro bruto da BRF foi de R\$ 4.232 milhões, uma redução de 5,4% em relação ao 4T24. A margem bruta foi de 23,9%, ante 25,6% no 4T24.

EBITDA Ajustado e Margem

Em 2025, o EBITDA ajustado foi de R\$ 10.416 milhões, marginalmente abaixo em 0,9% do resultado apresentado em 2024, o melhor ano da história do segmento BRF. A margem EBITDA ajustada foi 16,1%, redução de 108 bps frente ao resultado de 2024.

No 4T25, o EBITDA ajustado foi de R\$ 2.639 milhões, redução de 5,9% em comparação ao mesmo período do ano anterior. A margem EBITDA ajustada no trimestre foi de 14,9%, uma redução de 113 bps em comparação ao mesmo período de 2024.

6 - Variação do índice do custo de produção Embrapa (ICP Frango e ICP Suíno), disponibilizado publicamente no site www.embrapa.br

7 - Fonte: Bloomberg, CEPEA-Esaiq, SECEX e IBGE. Preço do frango inteiro e carcaça suína em relação ao custo da ração ajustado pelo ciclo do frango e do suíno.

SADIA HALAL

Em continuidade ao Fato Relevante Conjunto divulgado em 27 de outubro de 2025, apresentamos os resultados proforma da Sadia Halal.

O quadro abaixo demonstra uma visão histórica da performance operacional da Sadia Halal, sob uma perspectiva comparável e consistente, caso sua estrutura societária e o contrato de fornecimento estivessem em vigor desde 01.01.2024.

US\$ Milhões	Q1.25	Q2.25	Q3.25	Q4.25	2025
Receita Líquida	562	506	566	615	2.249
EBITDA Ajustado	62	46	62	64	234
Margem EBITDA Ajustada (%)	11,0%	9,2%	11,0%	10,4%	10,4%

Números Gerenciais (não auditados) apurados pela Companhia.

MBRF

Marfrig bfr



Destques
Marcas

Sadia, marca Top of Mind da categoria Ceia de Natal⁸, encerrou o último trimestre realçando seu protagonismo com a campanha “Neste Natal, reencontre a magia que existe em você”. A marca se consolida como uma opção completa para ceia em 2025 com o lançamento da sobremesa Miss Daisy de Brigattone.

Chester, da Perdigão, celebrou 45 anos, reforçando seu pioneirismo com a campanha “Como Nasce uma Tradição”, que alcançou mais de 160 milhões de pessoas. Para comemorar, a marca lançou 3 novos produtos: Chester semi-desossado recheado, empanado de peito de Chester e o meio da asa e coxinha de Chester Perdigão Na Brasa, ampliando suas opções para as celebrações de fim de ano. Esses movimentos contribuíram para um ganho de +1,9 p.p. de *market share* no mercado de comemorativos⁹.

Desta forma, a MBRF amplia sua participação no segmento natalino alcançando 59,9%¹⁰ de participação no varejo alimentar e sustentando a 1ª e 2ª posição do mercado.

Qualy, líder absoluta na categoria de margarinas¹¹, encerrou o trimestre ampliando a presença da marca no momento decisivo da compra por meio da estreia do “Robô Qualyzinho”, com tecnologia de IA que trouxe interação em tempo real com clientes no ponto de venda.

Assim, o ano de 2025 foi marcado por inovações assertivas e convenientes para nossos consumidores. Foram 25 lançamentos, com destaque para a linha de pratos prontos Meu Menu Perdigão, a entrada de Perdigão nas categorias de lanches prontos e tortas, e em Sadia estendemos a linha Pop Sadia além do lançamento de novos bowls de nhoque. Adicionalmente, em 2025 foram descontinuados 22 itens, priorizando um mix mais rentável e a otimização dos recursos.

Com isso, a MBRF encerra 2025 consolidando sua liderança no mercado de processados e margarinas com 41,6% de *market share* (+1,1 p.p. versus 2024¹²), Sadia segue sendo a marca preferida de alimentos¹³ e Top of Mind na categoria de linguiça calabresa¹⁴. Perdigão mantém a vice-liderança de preferência de alimentos¹⁵ e Qualy foi pelo 20º ano consecutivo a marca Top of Mind de margarinas¹⁶.

Em Pet Food, as marcas da BRF PET se destacaram com a Campanha de Dezembro Verde para a marca Guabi Natural. O movimento é um chamado para a conscientização sobre o abandono e maus tratos aos animais e para gerar o impacto necessário, a marca transformou prédios de São Paulo em telões com projeções de frases de conscientização sobre essa causa. Já a marca GranPlus encerrou o ano com a campanha “Mais Sabor Por Favor! Seu pet pede GranPlus”, veiculada na mídia digital por meio de filmes que mostraram cães e gatos pedindo pelo sabor irresistível da marca, reforçando seu pilar de nutrição saborosa. Para ampliar o impacto, contamos com influenciadores e diferentes formatos de mídia, aproximando ainda mais a marca dos tutores e seus pets. Como resultado, impactamos mais de 50 milhões de pessoas e registramos mais de 40 milhões de interações, números que refletem a força e a relevância da marca.

MARKET SHARE
em processados

41,6%



8 - Fonte: Folha Top of Mind 2025 | Ceias de Natal, Linguiça Calabresa e Margarinas

9 - Fonte: Nielsen Scantrack | AS+C&C (20/10/26 à 28/12/26)

10 - Fonte: Nielsen Scantrack | AS+C&C (20/10/26 à 28/12/26)

11 - Nielsen Retail- leitura 2025 processados e margarinas

12 - Nielsen Retail- leitura 2025 processados e margarinas

13 - Kantar Insights - tracking de alimentos. Total Brasil, 2025

14 - Fonte: Folha Top of Mind 2025 | Ceias de Natal, Linguiça Calabresa e Margarinas

15 - Kantar Insights - tracking de alimentos. Total Brasil, 2025

16 - Fonte: Folha Top of Mind 2025 | Ceias de Natal, Linguiça Calabresa e Margarinas

Nos países do GCC, o quarto trimestre registrou um avanço significativo na participação de mercado em comparação ao trimestre anterior¹⁷. Os segmentos de valor agregado mantêm-se como foco prioritário, impulsionados pela execução consistente das prioridades estratégicas, por lançamentos inovadores e pelo fortalecimento das ações de marketing.

A Sadia colaborou estrategicamente com a Riyadh Season, a plataforma de entretenimento mais importante da Arábia Saudita, que atrai mais de 20 milhões de visitantes por ano. Essa parceria visa impulsionar a preferência pela marca, fortalecendo a relevância cultural da Sadia e promovendo o envolvimento direto com os consumidores em todo o Reino.

A Sadia também lançou uma campanha nas redes sociais centrada na ocasião do churrasco, apresentando sua conveniente linha de produtos, incluindo a linha Easy & Juicy e os Sadia Burgers. A campanha destacou os principais atributos, variedade e versatilidade dos produtos. A iniciativa contou com influenciadores e plataformas de redes sociais, alcançando 11 milhões de consumidores em todo o GCC.

Na Turquia, como parte de nosso foco estratégico em produtos prontos para consumo e frios, lançamos com sucesso a campanha “Tarif Marif Yok, Ban Ban Ban!”, que vínhamos desenvolvendo há um longo período para envolver os consumidores jovens — nosso público-alvo mais importante — de forma mais eficaz e precisa. A campanha teve um desempenho excepcional, alcançando 275 milhões de impressões, 175 milhões de visualizações e 139 milhões de alcance. Os resultados da pesquisa Brand Lift validaram ainda mais o forte impacto da campanha. Nas plataformas Meta, a intenção de compra aumentou 144%, enquanto o Google relatou um aumento de 200% na marca, demonstrando claramente a eficácia da campanha em impulsionar tanto o reconhecimento da marca quanto o engajamento.

Também alcançamos um reconhecimento significativo no campo da reputação corporativa. Fomos homenageados com um prêmio na categoria Alimentos no Platin Global 100 Awards, que reconhece as empresas que representam com sucesso a Turquia no cenário internacional sob o tema “Economia de Impacto”. Além disso, ficamos em 2º lugar no setor de Carnes Embaladas na pesquisa Capital Magazine’s Most Admired Companies of Turkiye (Empresas Mais Admiradas da Turquia da Revista Capital).

Para o restante do globo, em 2025 lançamos 161 novos SKUs, 30 no quarto trimestre, contribuindo para a diversificação do portfólio internacional e para a maior rentabilização das commodities.

Na Europa, participamos pela primeira vez, como MBRF, da Anuga — uma das maiores feiras de alimentos e bebidas do mundo, realizada em Colônia, Alemanha. Com um estande de mais de 270 m², levamos nossas marcas icônicas ao público global. Ao longo dos cinco dias de evento, recebemos mais de 1.200 visitantes e conduzimos mais de 500 reuniões com clientes e parceiros.

Ainda no trimestre, desenvolvemos um portfólio estratégico para atender ao mercado europeu, impulsionado pela abertura comercial viabilizada pelo sistema de *pré-listing*.

Na Ásia, seguimos avançando no desenvolvimento e na expansão dos mercados de processados e de cortes suínos, com progressos relevantes no Japão e em países do Sudeste Asiático. Em 2025, lançamos a Sadia Beef, consolidando a marca Sadia como pilar da estratégia multiproteína, com a China e outros mercados asiáticos recebendo os primeiros embarques. Também introduzimos a linha Sadia Organic Beef, ampliando nosso portfólio de maior valor agregado, tendo os Estados Unidos como destino inicial.



**MARKET
SHARE**

38,6%

nos países do GCC

24,3%

na Turquia

17 - Fonte: Nielsen

MBRF

Marfrig bfr



ESG

DESTAQUES E AVANÇOS NA AGENDA ESG



Controle de Origem

A Companhia atingiu 100% de monitoramento socioambiental dos fornecedores indiretos de gado ao final do último ano (2025), mantendo igualmente 100% de monitoramento dos fornecedores diretos de bovinos. Também manteve 100% do controle dos grãos em todos os biomas do Brasil.

Por meio do Programa Verde+, mais de 180 fazendas foram reincluídas em 2025, alcançando, nos últimos cinco anos, um total de mais de 4.380 propriedades reintegradas.



Governança da Sustentabilidade

Conquista do Triplo A (Clima, Segurança Hídrica e Florestas) do CDP, figurando entre as 23 empresas no mundo com este resultado entre mais de 23 mil avaliadas.

Participação na 16ª carteira do Índice Carbono Eficiente da B3 (ICO2 B3) que reconhece empresas com desempenho consistente na gestão e na transparência das emissões de gases de efeito estufa (GEE).



Bem-estar Animal

Consolidação do compromisso de utilizar 100% de ovos livres de gaiola em todas as operações.



Mudanças Climáticas

Em linha com a meta global de atingir 100% de energia renovável em nossas operações até 2030, alcance de 80% em 2025, com destaque para o Brasil, onde já operamos com 100% de energia elétrica renovável. No campo, mais de 60% da produção de aves e suínos já utiliza energia solar.

Lançamento do Protocolo Carne Baixo Carbono em parceria com a Embrapa, que reduz em média 35% das emissões da pecuária de corte.

MBRF

Marfrig  bfr 



Anexos

Anexos

DRE por Operação

4T25	América do Norte		América do Sul		BRF		Corporate	
	R\$	%ROL	R\$	%ROL	R\$	%ROL	R\$	%ROL
Receita Líquida	19.752	100,0%	6.480	100,0%	17.683	100,0%	-	-
CPV	(19.264)	-97,5%	(5.444)	-84,0%	(13.451)	-76,1%	(229)	-
Lucro Bruto	488	2,5%	1.037	16,0%	4.232	23,9%	(229)	-
DVG&A	(621)	-3,1%	(483)	-7,5%	(2.777)	-15,7%	(135)	-
EBITDA Ajustado	149	0,8%	682	10,5%	2.639	14,9%	(59)	-

Reconciliação EBITDA e EBITDA Ajustado

Reconciliação EBITDA Ajustado	4T25	4T24
R\$ Milhões		
Lucro/Prejuízo Líquido	91	2.579
Provisão de IR e CS	(488)	(584)
Participação de Acionistas não Controladores	(134)	151
Variação Cambial Líquida	(161)	264
Encargos Financeiros Líquidos	2.282	1.931
Depreciação / Amortização	1.667	1.959
EBITDA	3.258	6.299
Equivalência de não controladas	(5)	4
Despesas com reestruturação e incorporação BRF	94	0
Hiperinflação	42	(107)
Outras Receitas/Despesas Operacionais	22	(2.450)
EBITDA Ajustado	3.410	3.746

Conversão Cambial

Moedas	4T25	4T24	Var. %	3T25	Var. %
Dólar Médio (R\$ US\$)	5,40	5,84	-7,5%	5,45	-0,9%
Dólar Fechamento (R\$ US\$)	5,50	6,17	-10,9%	5,32	3,4%
Peso Uruguaio Médio (UYU US\$)	39,11	42,69	-8,4%	40,11	-2,5%
Peso Argentino Médio (ARS US\$)	1.449,58	1.000,03	45,0%	1.333,70	8,7%

MBRF

Marfrig bfr



A MBRF

Visão geral

FY 2025

+130 mil

EMPREGADOS

120

PAÍSES

R\$ 164 bi

RECEITA LÍQUIDA
CONSOLIDADA

R\$ 13,2 bi

EBITDA ^{AJ}
CONSOLIDADO

R\$ 13,1 bi

FLUXO DE CAIXA
OPERACIONAL



Capacidade diária
de abate

+20.000

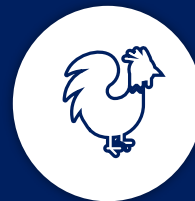
Cabeças de gado



Capacidade diária
de abate

40.000

Cabeças de suínos

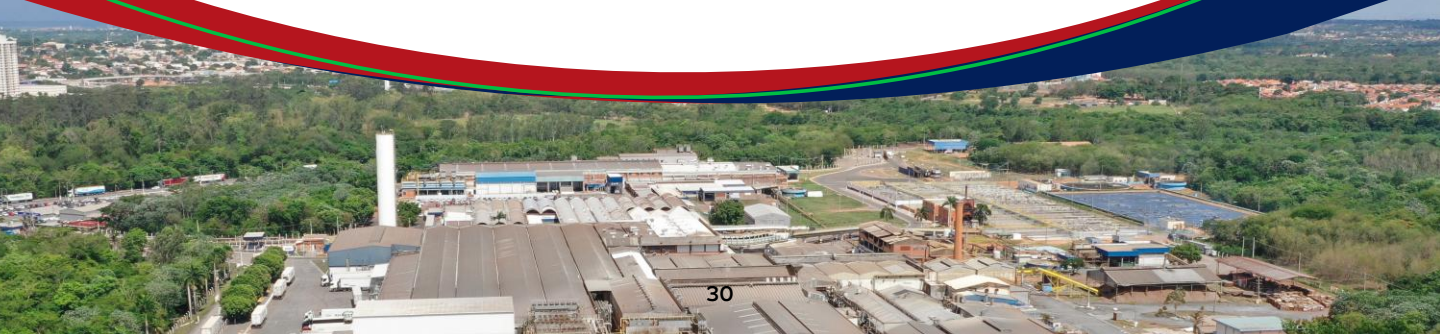


Capacidade diária
de abate

6.000.000

Cabeça de aves

Uma empresa global multiproteína presente em 120 países e com 130 mil colaboradores



A MBRF está presente na mesa de milhões de pessoas em todo o mundo

Responsável por ~10% das exportações globais de aves



O 2º maior produtor de carne bovina do mundo



Empresas mais bem classificadas no setor de acordo com os rankings globais ESG
+425.000 clientes



Um dos maiores exportadores de frango do Brasil



Maior produtor de hambúrgueres de carne bovina do mundo



247 mil toneladas/ano

Ampla capacidade de distribuição e logística no Brasil, países do Golfo e Turquia



Produção diversificada na América do Norte e do Sul

Liderança em segmentos complementares, portfólio exclusivo de marcas icônicas



In Natura

Frango, Porco, Peru e Bovino



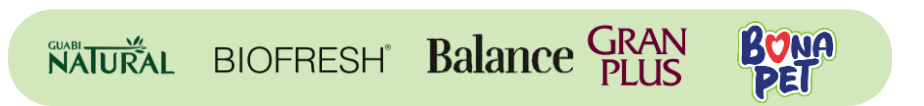
Produtos Processados

Refeições prontas, salsichas, frios, carnes fatiadas, patês, Hambúrgueres, produtos enlatados, itens pré-cozidos e carne seca.



PET

Alimentos e Petiscos



Ingredients

Farinha de vísceras, gorduras, hidrolisados, gelatina e colágenos



Fonte: Documentos da empresa

Governança Corporativa

Composição acionária



Diretoria Executiva



Miguel Gularte
Diretor Presidente Global



Artemio Listoni
Diretor Vice-Presidente de Operações Industriais e Logística



Jose Ignacio Scoseria
Diretor Vice-Presidente de Finanças, Relações com Investidores, Gestão e Tecnologia



Manoel Martins
Diretor Vice-Presidente Mercado Brasil e Marketing



Fabio Stumpf
Diretor Vice-Presidente Agro e Qualidade



Fabio Mariano
Diretor Vice-Presidente Mercado Halal



Heraldo Geres
Diretor Vice-Presidente Jurídico, Tributário, Assuntos Corporativos e Gente



Leonardo Dall'orto
Diretor Vice-Presidente de Mercado Internacional e Supply



Rodrigo Marçal Filho
Diretor Executivo de Originação e Agro Bovinos



Alisson Navarro
Beef Vice-President

Conselho de Administração



Marcos Molina
 Marfrig



Marcia A. M. Santos
 Marfrig



Rodrigo Marçal Filho
 Marfrig



Tang David
 Marfrig



Antonio Maciel Neto



Herculano Aníbal Alves



Roberto Silva Waack

CANAIS DE RI

Site Relações com Investidores: <https://ri.mbrf.com>

Contato de Relações com Investidores: +55 (11) 2322-5377

E-mail: ri@mbrf.com

José Ignacio Scoseria Rey

Diretor Vice-Presidente de Finanças, Relações com Investidores, Gestão e Tecnologia

Leticia Vaccaro

Fernanda Coutinho

Leonardo Squarizi

Marianna Marcondes

Daniel Mattei

Imprensa

E-mail: imprensa@mbrf.com

DISCLAIMER

Este material constitui uma apresentação de informações gerais sobre a Marfrig Global Foods S.A. e suas controladas consolidadas (em conjunto, a “Companhia”) na presente data. Tais informações são apresentadas de forma resumida, não devendo ser consideradas isoladamente para a tomada de qualquer decisão. As demonstrações financeiras da Companhia, elaboradas na forma da legislação societária e da regulamentação contábil aplicável, estão disponíveis em <https://ri.mbrf.com/> e arquivadas na Comissão de Valores Mobiliários - CVM (<https://www.gov.br/cvm/pt-br>).

A Companhia não presta nenhuma declaração ou garantia, expressa ou implícita, em relação às informações aqui contidas. Nem a Companhia nem qualquer uma de suas afiliadas, consultores ou representantes assumem qualquer responsabilidade por qualquer perda ou dano resultante de qualquer informação apresentada ou contida nesta apresentação.

As informações apresentadas ou contidas nesta apresentação encontram-se atualizadas até 31 de dezembro de 2025 e, exceto quando expressamente indicado de outra forma, estão sujeitas a alterações sem aviso prévio. Nem a Companhia nem qualquer uma de suas afiliadas, consultores ou representantes firmaram qualquer compromisso de atualizar tais informações após a presente data. Esta apresentação não deve ser interpretada como uma recomendação jurídica, fiscal, de investimento ou de qualquer outro tipo.

Esta apresentação contém dados obtidos a partir de diversas fontes externas, sendo que a Companhia não verificou tais dados através de nenhuma fonte independente. Dessa forma, a Companhia não presta qualquer garantia quanto à exatidão ou completude de tais dados, os quais envolvem riscos e incertezas e estão sujeitos a alterações com base em diversos fatores.

Esta apresentação contém declarações prospectivas. Tais declarações não constituem fatos históricos e refletem as crenças e expectativas da administração da Companhia. As palavras “prevê”, “deseja”, “espera”, “estima”, “pretende”, “antevê”, “planeja”, “prediz”, “projeta”, “alvo” e outras similares pretendem identificar tais declarações.

Embora a Companhia acredite que as expectativas e premissas refletidas nas declarações prospectivas sejam razoáveis e baseadas em informações atualmente disponíveis para a sua administração, ela não pode garantir resultados ou eventos futuros. É aconselhável que tais declarações prospectivas sejam consideradas com cautela, uma vez que os resultados reais podem diferir materialmente daqueles expressos ou implícitos em tais declarações.

Títulos e valores mobiliários não podem ser oferecidos ou vendidos nos Estados Unidos a menos que sejam registrados ou isentos de registro de acordo com o Securities Act dos EUA de 1933, conforme alterado (“Securities Act”). Quaisquer ofertas futuras de valores mobiliários serão realizadas exclusivamente por meio de um memorando de oferta. Esta apresentação não constitui uma oferta, convite ou solicitação de oferta para a subscrição ou aquisição de quaisquer títulos e valores mobiliários, e nem qualquer parte desta apresentação e nem qualquer informação ou declaração nela contida deve ser utilizada como base ou considerada com relação a qualquer contrato ou compromisso de qualquer natureza. Qualquer decisão de compra de títulos e valores mobiliários em qualquer oferta de títulos da Companhia deverá ser realizada com base nas informações contidas nos documentos da oferta, que poderão ser publicados ou distribuídos oportunamente em conexão a qualquer oferta de títulos da Companhia, conforme o caso.

MBRF

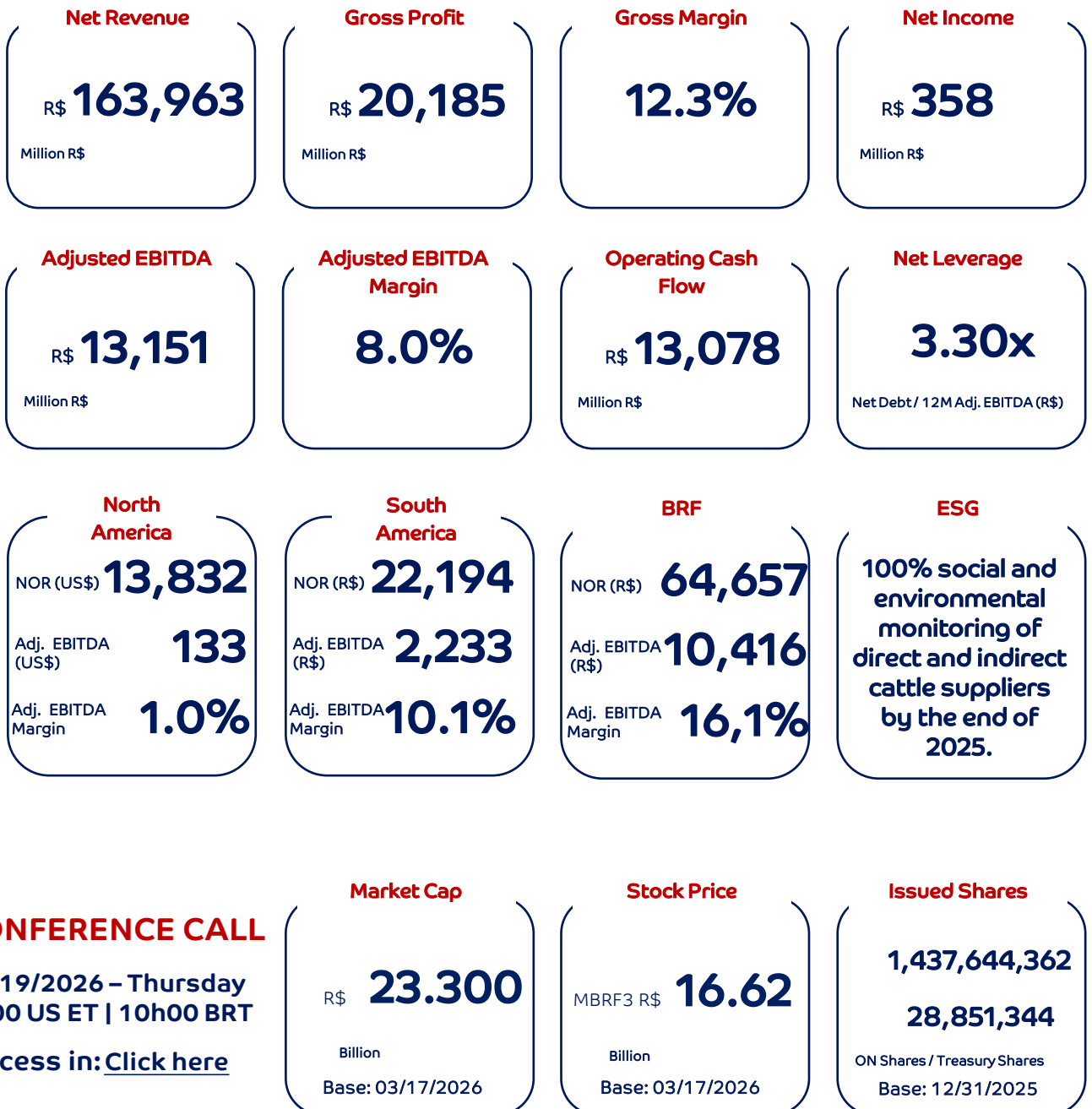
Marfrig 



2025 Results

São Paulo, March 18, 2026, Marfrig Global Foods S.A. – MBRF (B3 Novo Mercado: MBRF3 and ADR Level 1: MBRFY) announces today the results for the fourth quarter and full-year of 2025 (4Q25). Except where stated otherwise, the following operating and financial information is presented in nominal Brazilian real, in accordance with International Financial Reporting Standards (IFRS), and should be read together with the income statement and notes to the financial statements for the period ended December 31, 2025 filed at the Securities and Exchange Commission of Brazil (CVM).

HIGHLIGHTS OF THE QUARTER



SUMMARY

4**MESSAGE FROM CHAIRMAN****5****MESSAGE FROM MANAGEMENT****6****CONSOLIDATED PERFORMANCE****12****RESULTS BY BUSINESS SEGMENT****21****BRANDS HIGHLIGHTS****24****ESG HIGHLIGHTS****26****ANNEXES****28****MBRF**

MESSAGE FROM CHAIRMAN

Dear employees, shareholders, partners, and clients,

The year 2025 was a milestone in our Company's history. We merged Marfrig and BRF to create MBRF, one of the world's largest food companies, with a 100% integrated multi-protein platform. We executed a strategic move that strengthens our position in high-value-added categories through iconic brands, scale, and global presence. We ended the year with record-breaking results in volume and revenue, in addition to distributing R\$ 3.8 billion in earnings to our shareholders.

Throughout 2025, we continued to invest in the expansion and modernization of our production capacity, in operational adjustments to comply with new authorizations to export, and in strengthening our international presence. These advancements have expanded our access to strategic markets with significant consumption potential, such as China, while also supporting the expansion of our halal platform. We have further diversified our business operations and expanded our presence in the gelatin and collagen segments through the acquisition of a 50% stake in Gelprime. This strategy positions the company to capitalize on opportunities in a scenario of growing global consumers demand, where protein is increasingly present in their choices.

In the final quarter of the year, we launched transformational initiatives following the merger, simplifying the Company's structure, enhancing its competitive advantage and establishing an even stronger foundation for the business's sustainable growth. We continue to strengthen our brands and our innovation agenda, always with a focus on customer service, consumer engagement, and profitability.

We faced the challenges of the year with resilience, while strengthening our production structure and preparing the company for a new phase of growth. I would like to express my gratitude to our employees for their performance, dedication, and spirit of collaboration throughout the year, and to our clients, partners, and shareholders for their continued support and trust.

Supported by the path we have built so far, we begin 2026 with absolute confidence and conviction in our strategy and in the company's potential to create value. With a more robust, diversified, and efficient platform, we move forward stronger, simpler, and prepared for a new cycle of growth in the global food industry.

Marcos Antonio Molina dos Santos
Chairman of the Board of Directors

MESSAGE FROM MANAGEMENT

Dear Mr./Madam,

In the year that marks the founding of MBRF, one of the world's largest food companies and the global leader in hamburger production, the company's strength and stability are reflected in consistent and historic results. We closed the period with record net revenue of R\$ 164 billion, a 12% increase compared to 2024, and with more than 8.2 million tons of food sold, a 4% increase year-over-year.

Adjusted EBITDA reached R\$ 13.2 billion in the period, with a margin of 8%, even in a year marked by restrictions on chicken protein exports and the cattle cycle in the United States. Operating cash flow in 2025 was R\$ 13 billion and net income was R\$ 358 million, highlighting our management model and the Company's efficiency journey, which captured R\$ 1 billion for the year.

In the Beef North America operation, we reported annual net revenue of US\$14 billion, an 11.8% increase over the previous year. The segment's performance reflects market dynamics during the period, with lower volumes due to reduced cattle supply and resilient demand for beef, which supported revenue growth.

In the Beef South America operation, on a year-over-year basis, we recorded 15% growth in volume and 20% growth in net revenue, consistently demonstrating the returns on our investments in capacity expansion. Annual adjusted EBITDA reached R\$ 2.2 billion, representing a 28% increase compared to 2024 and reinforcing the operation's competitiveness.

At BRF, we reported net revenue of R\$ 65 billion, up 5.8% from the previous year. In the domestic market, we achieved record sales of processed food products for the year, as reflected in a 7% increase in total volume compared to 2024. This performance, supported by the maintenance of key commercial performance indicators, contributed to market share gains, which reached the highest level in the last three years. In the international market, we continued to consistently expand our geographic diversification, securing 230 new authorizations to export since 2022.

In 2025, we also celebrated the approval of the return of the Company's poultry exports to European Union countries, paving the way for sustainable expansion and the strengthening of our global presence. In the Gulf Cooperation Council (GCC) region, performance was driven by our strong brands and extensive distribution network. We achieved a record-high volume in the processed food segment, gaining 1.3 percentage points in market share compared to the previous year, reaching a 38.6%.

As part of our efforts to strengthen our local presence, we concluded 2025 with the launch of Sadia Halal, reinforcing our strategic partnership with the Kingdom of Saudi Arabia and unlocking value in a region where protein consumption is increasing.

We have made significant progress on the ESG agenda by achieving 100% traceability in the beef supply chain, establishing MBRF as a global leader in social and environmental monitoring and a pioneer in the animal protein sector with a comprehensive and verifiable supply chain control system.

We also promoted approximately 10,000 employees and established a robust, strategic initiative for professional development, with a record 1.8 million training sessions completed, totaling 4.2 million hours of training in 2025.

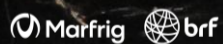
We concluded the year by thanking our chairman and controlling shareholder, Marcos Molina, for his strategic leadership, and we remain committed to realizing his vision of building one of the world's largest and most prominent global food companies, with a multi-protein platform and iconic brands, prepared to compete, grow, and generate value consistently and sustainably in the markets where we operate.

We would like to extend our gratitude to our shareholders, employees, clients, partners, and integrated producers, who have been essential to the results we have achieved so far.

We start 2026 with a clear plan to capitalize on the identified synergies and are ready to begin a new cycle of value creation for everyone.

Miguel Gularte
CEO

MBRF



CONSOLIDATED PERFORMANCE

CONSOLIDATED PERFORMANCE

Tons (Thousand)	4Q25	4Q24	Var.%	3Q25	Var.%	2025	2024	Var%
Consolidated Volume	2,192	2,093	4.7%	2,101	4.3%	8,220	7,913	3.9%
Domestic Market	1,420	1,377	3.2%	1,369	3.7%	5,361	5,083	5.5%
External Market	771	716	7.7%	732	5.4%	2,859	2,830	1.0%

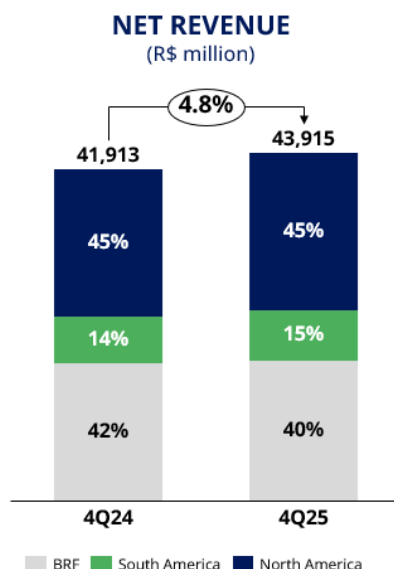
R\$ Million	4Q25	4Q24	Var.%	3Q25	Var.%	2025	2024	Var%
Net Revenue	43,915	41,913	4.8%	41,766	5.1%	163,963	146,530	11.9%
Domestic Market	30,965	28,912	7.1%	29,599	4.6%	116,022	100,061	16.0%
External Market	12,951	13,001	-0.4%	12,166	6.4%	47,941	46,469	3.2%
COGS	(38,388)	(36,197)	6.1%	(36,618)	4.8%	(143,778)	(126,765)	13.4%
Gross Profit	5,528	5,716	-3.3%	5,148	7.4%	20,185	19,765	2.1%
Gross Margin (%)	12.6%	13.6%	-105 bps	12.3%	26 bps	12.3%	13.5%	-118 bps
SG&A	(4,016)	(3,934)	2.1%	(3,529)	13.8%	(14,539)	(13,592)	7.0%
Adjusted EBITDA	3,410	3,750	-9.1%	3,503	-2.6%	13,151	13,584	-3.2%
Adjusted EBITDA Margin (%)	7.8%	8.9%	-118 bps	8.4%	-62 bps	8.0%	9.3%	-125 bps
Financial Result	(2,121)	(1,808)	17.3%	(1,412)	50.2%	(6,324)	(5,546)	14.0%
EBT	(530)	(273)	94.3%	163	-426.3%	(746)	328	-327.4%
Taxes	488	1,550	-68.5%	21	2234.9%	1,509	2,377	-36.5%
Minority Stake	134	(151)	-188.4%	(90)	-249.3%	(405)	(1,086)	-62.7%
Net Financial Result	91	1,125	-91.9%	94	-3.1%	358	1,619	-77.9%

Consolidated results are managerial and only include the results of continuing operations in Brazil, Argentina, and Chile until 3Q24.

Consolidated Net Revenue

In 2025, MBRF's consolidated net revenue was R\$ 163,963 million, up 11.9% from 2024, with revenue growth across all segments. In Beef South America and BRF, this revenue growth was driven by higher sales volumes and better prices, and in Beef North America by a 14.4% increase in net prices, given the local shortage of cattle.

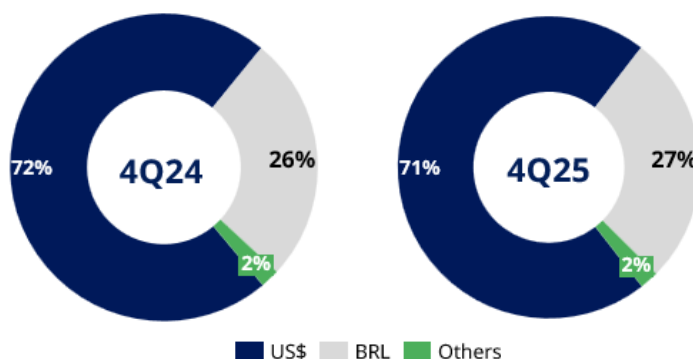
In 4Q25, MBRF's consolidated net revenue was R\$ 43,915 million, up 4.8% from 4Q24.



In 4Q25, net revenue in U.S. dollars accounted for 71% of total consolidated revenue, resulting from the sum of revenue in North America and exports from the South American operations and BRF.

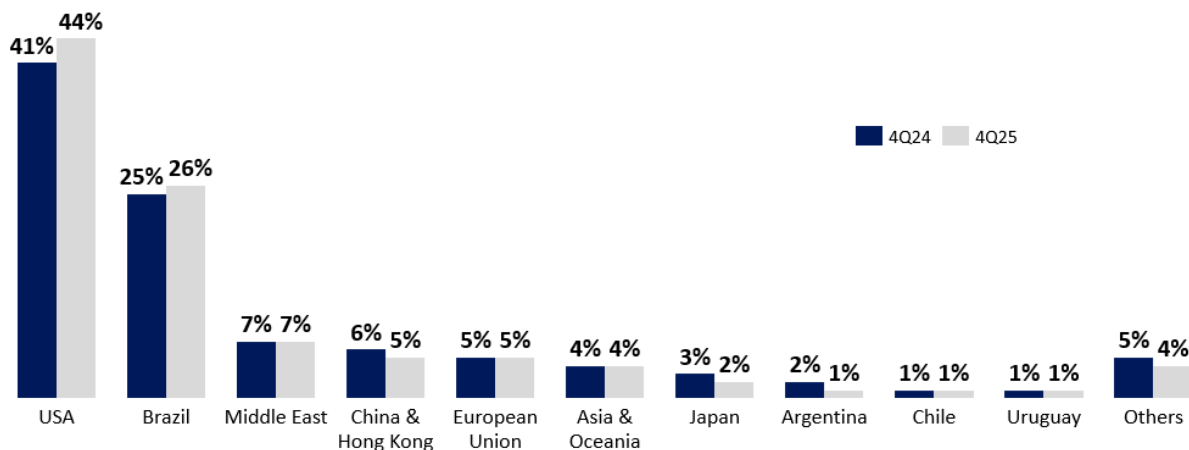
During the quarter, 45% of consolidated net revenue came from the North America operation, 15% from the South America operation, and 40% from BRF.

Revenue by Currency (%)



MBRF has reported a revenue mix spread across the world’s major consumer markets. In 4Q25, the United States accounted for 44% of total sales, up from the same period in 2024. Brazil’s share was 26%, in line with 4Q24. Export revenue to the Middle East remained at 7%, while revenue from China and Hong Kong reached 5% for the quarter.

Consumer Markets (% of Consolidated Net Revenue)



Cost of Good Sold

In 2025, MBRF’s consolidated cost of goods sold was R\$ 143,778 million, an increase of 13.4% compared to 2024. The increase in cost is mainly attributable to higher cattle purchase costs and higher sales volume in the South American and BRF operations.

In 4Q25, MBRF’s consolidated COGS was R\$ 38,388 million, an increase of 6.1% compared to the previous year.

Selling, General and Administrative Expenses

In 2025, Selling, General, and Administrative Expenses (SG&A) totaled R\$ 14,539 million. SG&A as a percentage of net revenue (SG&A/NOR) was 8.9%, 0.4 percentage points lower than in 2024, mainly due to the dilution of expenses resulting from increased revenue across all segments.

During the quarter, Selling, General, and Administrative Expenses (SG&A) totaled R\$ 4,016 million. SG&A as a percentage of net revenue (SG&A/NOR) was 9.1%, down 0.3 percentage points compared to 4Q24.

Cost of Sales totaled R\$ 3,355 million, or 7.6% of Consolidated Net Revenue, a decrease of 0.2 percentage points compared to the 7.8% recorded in 4Q24, even though the Company reported growth in sales volume. General and Administrative Expenses, meanwhile, reached R\$ 661 million, or 1.5% of Net Revenue.

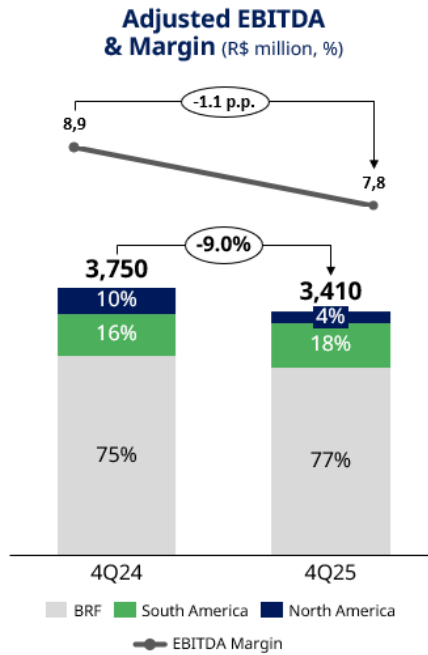
Adjusted EBITDA and Adjusted EBITDA Margin

In 2025, consolidated adjusted EBITDA totaled R\$ 13,151 million, representing a 3.2% decrease compared to 2024. This result primarily reflects the performance of the Beef operation in North America, which, given the current stage of the cattle cycle and the restriction in cattle supply, is experiencing margin pressure.

In 4Q25, consolidated adjusted EBITDA was R\$3,410 million, a 9.1% decrease compared to the same period of the previous year.

The consolidated adjusted EBITDA margin was 8.0% in 2025 versus 9.3% in 2024, a decrease of 125 bps. In the quarter, the adjusted EBITDA margin was 7.8%, 118 bps lower than the margin in 4Q24.

In the quarter, 77% of consolidated adjusted EBITDA came from BRF, 18% from South American Operations, and 4% from North America.



Consolidated Financial Result

Consolidated financial results for 2025, before the effects of exchange rate fluctuations, totaled R\$6,343 million in expenses, an increase of 9.1% compared to 2024. This increase mainly reflected the growth in average debt in 2025 compared to the previous year, in a context of high benchmark interest rates (14.43% in 2025 versus 10.93% in 2024¹), which raised the cost of debt. Additionally, there was a higher proportion of debt denominated in Brazilian reais, contributing to the increase in financial expenses during the period.

In 4Q25, consolidated financial results before the impact of exchange rate fluctuations showed an expense of R\$ 2,282 million, an increase of 18.2% compared to the expense in 4Q24. The quarterly variation is explained by the same reasons cited above.

1 - Source: Central Bank of Brazil - Change in the daily average for the periods reported

In 2025, the foreign exchange impact was positive by R\$ 20 million. Consequently, consolidated net financial results for 2025 totaled R\$ 6,324 million in financial expenses, a 4.8% decrease compared to the previous year, influenced by the impact of foreign exchange fluctuations on the 2024 results. In 4Q25, the FX effect was positive by R\$ 161 million, resulting in a net financial result of R\$ 2,121 million.

R\$ Million	4Q25	4Q24	Var. %	3Q25	Var. %	2025	2024	Var. %
Net Interest Provisioned	(1,446)	(1,233)	17.3%	(1,007)	43.7%	(4,856)	(4,482)	8.3%
Other Financial Revenues	(835)	(697)	19.8%	(353)	136.8%	(1,488)	(1,331)	11.8%
Financial Result	(2,282)	(1,931)	18.2%	(1,359)	67.9%	(6,343)	(5,813)	9.1%
Exchange Variation	161	(264)	-161.0%	(53)	-403.0%	20	(829)	-102.4%
Net Financial Result	(2,121)	(2,195)	-3.4%	(1,412)	50.2%	(6,324)	(6,642)	-4.8%

Net Income

Consolidated net income attributable to the controlling shareholder was positive at R\$ 358 million in 2025, compared to a profit of R\$ 1,619 million in 2024.

In 4Q25, consolidated net income attributable to the controlling shareholder was positive at R\$ 91 million versus a profit of R\$ 1,125 million in the same period of the previous year. The quarter's performance was impacted by higher financial expenses and costs associated with the restructuring and merger process.

Capex

In 2025, recurring consolidated investments totaled R\$ 6,397.8 million, of which R\$ 1,059 million related to M&A transactions carried out during the year (acquisition of a 26% stake in Addoha Poultry Company in Saudi Arabia, acquisition of 50% of Gelprime in Brazil, and the acquisition of the entire processed meat plant in Henan Province, China). In the North and South American cattle operations, investments in 2025 totaled R\$ 1,407.1 million, allocated to maintenance and other investments.

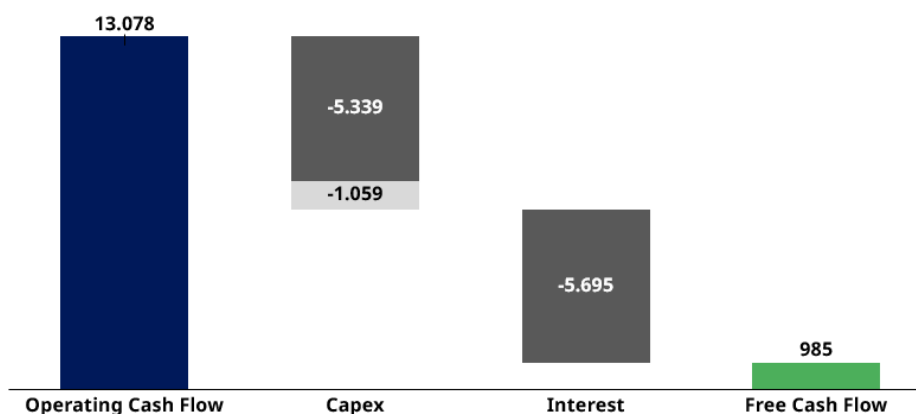
During the year, several investments were made to meet the growing demand for protein, focused primarily on increasing slaughter capacity and the production of processed products. We highlight the increase in the number of head slaughtered at the beef units in Várzea Grande – MT, Promissão – SP, and Tacuarembó – Uruguay, and at the chicken unit in Lucas do Rio Verde – MT. We also invested in increasing processed food production capacity at the plants in Seropédica – RJ, Videira – SC, Toledo – PR, and Kezad – in the United Arab Emirates, in addition to the greenfield project in Jeddah, Saudi Arabia.

In 4Q25, consolidated investments totaled R\$ 2,179.7 million, of which R\$ 591.2 million was allocated to beef operations. The amount invested in the quarter was the highest of the year and above the run-rate due to investments: i) in BRF, with the closing of the acquisition of Gelprime and the ramp-up of the greenfield project in Jeddah - Saudi Arabia, ii) in National Beef, as a seasonal consequence of the higher concentration of investments in the last quarter of the year due to lower activity levels, and iii) in the South American beef operations, due to the conclusion of projects. These investments were made to support the Company's future growth.

Free Cash Flow

In 2025, consolidated operating cash flow was positive at R\$ 13,078 million; consolidated capital expenditures for the period totaled R\$ 6,397.8 million, and consolidated cash outflows from financial expenses totaled R\$ 5,695 million. As a result, recurring free cash flow (excluding the purchase of BRF shares during the year) was positive at R\$ 985 million.

In the quarter, operating cash flow was R\$ 3,634 million, consolidated investments were R\$ 2,179.7 million, and consolidated financial expenses were R\$ 1,517 million, resulting in a cash consumption of R\$ 63.5 million.



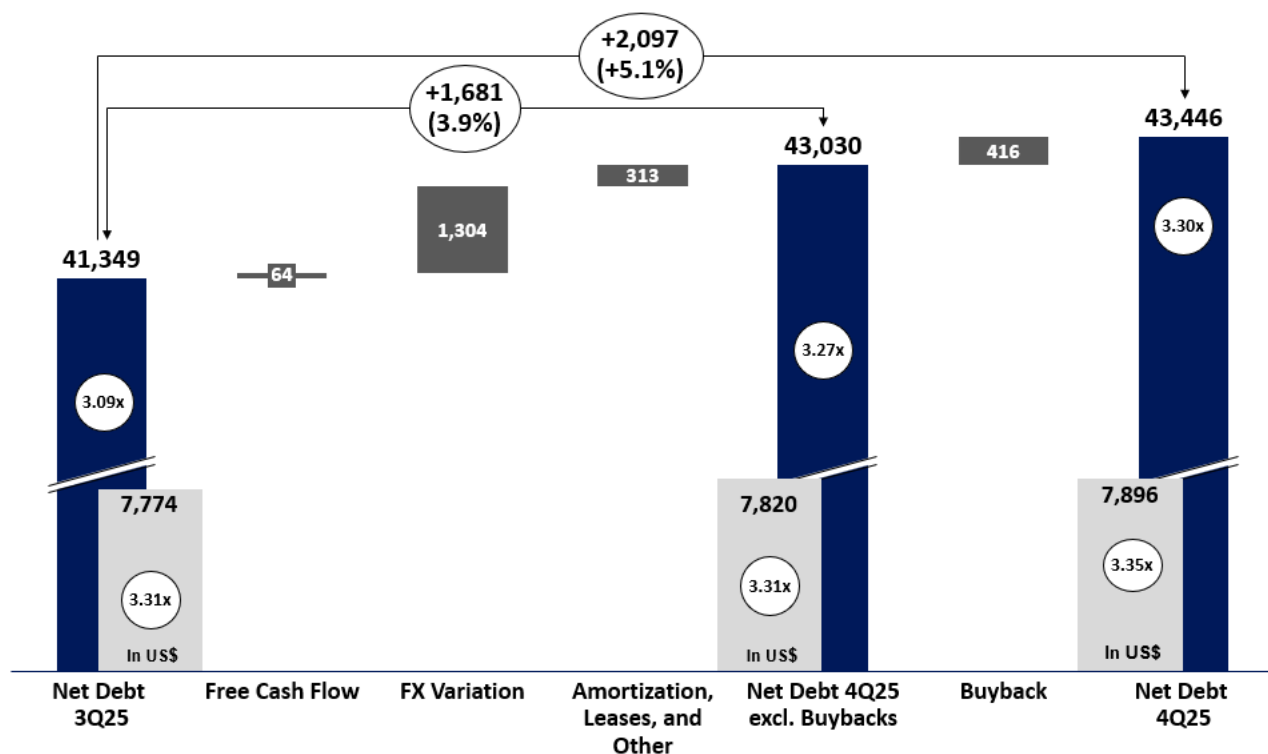
Net Debt

The Company's debt profile is largely denominated in U.S. dollars (the portion of gross debt denominated in dollars or other currencies than the Brazilian real stood at approximately 54.8% at the end of the quarter).

Consolidated Net Debt at the end of 4Q25 was R\$ 43,446 million, an increase of 5.1% compared to 3Q25. When measured in U.S. dollars, Consolidated Net Debt was US\$ 7,896 million.

During 4Q25, R\$ 416.25 million in shares were repurchased through the buyback program. Excluding this effect, Consolidated Net Debt for 4Q25 was R\$ 43,030 million, an increase of R\$ 1,681 million, with a leverage ratio of 3.27x.

The leverage ratio, measured by the ratio of Net Debt to adjusted EBITDA (last 12 months), was 3.30x in Brazilian reais. Measured in U.S. dollars, the leverage ratio was 3.35x.



Capital Structure Breakdown

R\$ Million	4Q25	4Q24	Var. %	3Q25	Var. %
Short Term Debt	13,622	8,550	59.3%	11,035	23.4%
Long Term Debt	55,028	52,933	4.0%	52,716	4.4%
Total Gross Debt	68,650	61,483	11.7%	63,751	7.7%
Domestic Currency	45.2%	38.7%	651 bps	44.4%	80 bps
Foreign Currency	54.8%	61.3%	-651 bps	55.6%	-80 bps
Cash and Applications	(25,204)	(22,641)	11.3%	(22,402)	12.5%
Net Debt	43,446	38,842	11.9%	41,349	5.1%
Net Debt Adj. EBITDA (R\$)	3.30	2.47	0.83	3.09	0.21
Net Debt Adj. EBITDA (US\$)	3.35	2.47	0.88	3.31	0.04

MBRF

Marfrig  bfr 



**RESULTS BY
BUSINESS SEGMENT**



North America

Tons (Thousand)	4Q25	4Q24	Var. %	3Q25	Var. %	2025	2024	Var%
Total Volume	490	500	-2.1%	476	2.8%	1,935	1,981	-2.3%
Domestic Market	431	432	-0.3%	421	2.3%	1,695	1,715	-1.2%
External Market	59	68	-13.1%	56	6.3%	240	265	-9.4%

US\$ Million	4Q25	4Q24	Var. %	3Q25	Var. %	2025	2024	Var%
Net Revenue	3,664	3,199	14.5%	3,639	0.7%	13,832	12,372	11.8%
Domestic Market	3,393	2,906	16.7%	3,379	0.4%	12,760	11,164	14.3%
External Market	271	293	-7.5%	261	4.0%	1,072	1,207	-11.2%
COGS	(3,572)	(3,074)	16.2%	(3,509)	1.8%	(13,460)	(11,819)	13.9%
Gross Profit	91	125	-27.6%	130	-30.4%	371	553	-32.9%
Gross Margin (%)	2.5%	3.9%	-144 bps	3.6%	-110 bps	2.7%	4.5%	-179 bps
Adjusted EBITDA	28	62	-55.2%	74	-62.7%	133	289	-54.0%
Adjusted EBITDA Margin (%)	0.8%	1.9%	-117 bps	2.0%	-128 bps	1.0%	2.3%	-138 bps

In the Beef North America operation in 2025, USDA data indicate a 6.4% decline in slaughter and a 0.6% decline in the cattle herd compared to 2024, reaching the lowest level in the past 75 years. This scenario, combined with the ban on cattle imports from Mexico to the United States for sanitary reasons, has led to a more significant decline in the availability of animals. As a result, there was pressure on the industry’s acquisition costs, leading to squeezed margins for the year.

Despite sequential increases in consumer beef prices, demand for the protein remains resilient.

Net Revenue and Volume

In 2025, total sales for the North America Operation amounted to 1,935,000 tons, a volume 2.3% lower than in 2024, in line with the decline in slaughter nationwide as a result of the reduction in the North American cattle herd. In 2025, 88% of the volume was sold in the domestic market.

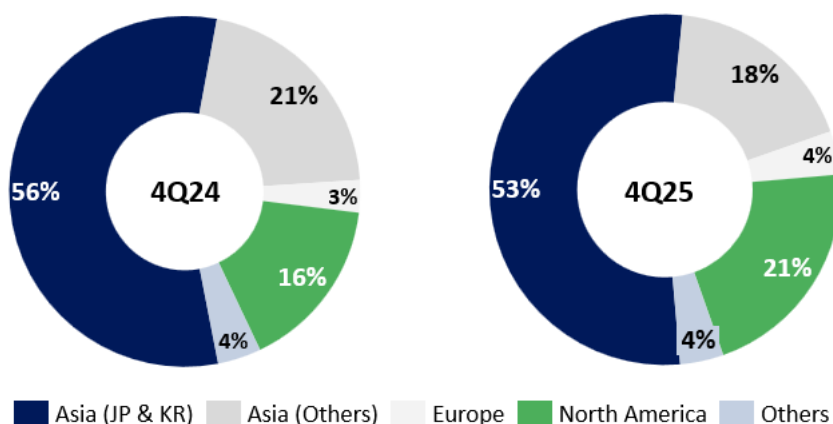
In 4Q25, we recorded 490,000 tons, a volume 2.1% lower than in 4Q24. Of this amount, 88% was sold in the domestic market.

Net Revenue from the North America Operation was US\$13,832 million in 2025, an increase of 11.8% compared to 2024, driven by a higher average selling price (US\$7.15/kg in 2025 versus US\$6.25/kg in 2024).

In 4Q25, net revenue was US\$3,664 million, an increase of 14.5% compared to 4Q24.

In Brazilian reais, net revenue was R\$77,111 million in 2025 and R\$19,752 million in 4Q25.

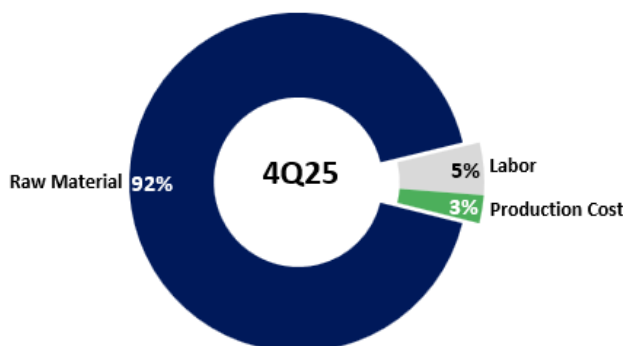
Main Export Destinations
(% of revenue)



Cost of Good Sold

In 2025, the cost of goods sold was \$13.460 million, an increase of 13.9% compared to 2024, negatively impacted by higher raw material costs. In 4Q25, the cost was \$3.572 million, an increase of 16.2% compared to 4Q24.

The average price used as a benchmark for cattle purchases—the USDA KS Steer—was US\$230.4/cwt, 22.0% higher than in Q4 2024, due to lower cattle availability.



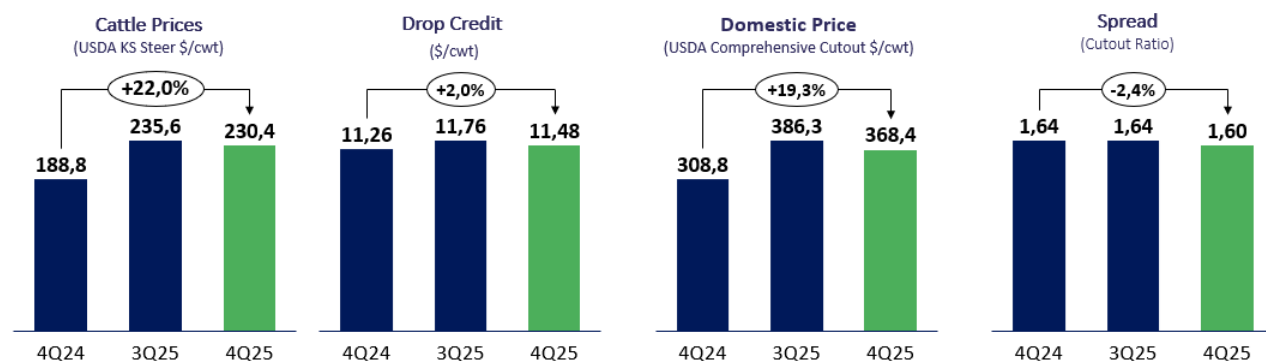
Gross Profit and Gross Margin

Gross profit in 2025 was US\$371 million, down 32.9% from the figure reported in 2024, with a gross margin of 2.7%, 179 basis points below the margin reported in 2024. The decline in the margin reflects higher cattle purchase prices due to low availability, despite higher selling prices. In Brazilian reais, gross profit was R\$ 2,016.5 million.

In 4Q25, gross profit was \$91 million, down 27.6% from the result reported in 4Q24, with a margin of 2.5%, 144 basis points below the margin reported in 4Q24. In Brazilian reais, gross profit was R\$488.1 million.

In 4Q25, the USDA Comprehensive index—a general market indicator of average selling prices—stood at US\$368.4/cwt, 19.3% higher than in 4Q24, but not enough to offset the impact of rising cattle costs during the same period.

During the quarter, drop credits—such as leather, tallow, and other by-products—amounted to US\$11.48/cwt versus US\$11.26/cwt in 4Q24.



Adjusted EBITDA and Margin

Adjusted EBITDA for 2025 was \$133 million, down 54.0% from adjusted EBITDA in 2024. In Brazilian reais, adjusted EBITDA was R\$731.3 million.

In 4Q25, adjusted EBITDA was US\$ 28 million, a 55.2% decrease from 4Q24. In Brazilian reais, adjusted EBITDA was R\$ 148.9 million.

The adjusted EBITDA margin for 2025 was 1.0%, 138 bps lower than the 2024 margin. For the quarter, the margin was 0.8%, a decrease of 117 bps compared to 4Q24, due to the factors mentioned above.

South America

Tons (Thousand)	4Q25	4Q24	Var. %	3Q25	Var. %	2025	2024	Var%
Total Volume	298	271	9.9%	291	2.2%	1,089	951	14.6%
Domestic Market	171	164	4.8%	176	-2.3%	661	562	17.6%
External Market	126	107	17.8%	116	9.0%	428	388	10.2%

US\$ Million	4Q25	4Q24	Var. %	3Q25	Var. %	2025	2024	Var%
Net Revenue	6,480	5,755	12.6%	5,659	14.5%	22,194	18,475	20.1%
Domestic Market	2,701	2,699	0.1%	2,180	23.9%	9,205	8,355	10.2%
External Market	3,779	3,056	23.7%	3,479	8.6%	12,989	10,120	28.3%
COGS	(5,444)	(4,720)	15.3%	(4,732)	15.0%	(18,664)	(15,435)	20.9%
Gross Profit	1,037	1,035	0.2%	927	11.9%	3,530	3,041	16.1%
Gross Margin (%)	16.0%	18.0%	-198 bps	16.4%	-37 bps	15.9%	16.5%	-55 bps
Adjusted EBITDA	682	663	2.8%	628	8.5%	2,233	1,743	28.1%
Adjusted EBITDA Margin (%)	10.5%	11.5%	-101 bps	11.1%	-58 bps	10.1%	9.4%	62 bps

Consolidated results are managerial and only include the results of continuing operations in Brazil, Argentina, and Chile until Q3 2024.

The year 2025 was marked by a significant milestone in the ramp-up of Beef’s operations in South America. Following the August 2023 announcement of the divestiture of certain assets as part of the portfolio reorganization and optimization process, the Company intensified investments in the remaining industrial complexes. As a result, we recorded robust volume growth in 2024 and 2025.

We expanded slaughter and deboning capacity at the facilities in Várzea Grande (MT) and Promissão (SP) in Brazil, in Tacuarembó, Uruguay, and in San Jorge, Argentina. This initiative, combined with productivity gains, allowed us to capture significant economies of scale.

In 2025, our plants exported to 100 countries.

Net Revenue and Volume

In 2025, sales volume for the South America Operation totaled 1,089,000 tons, up 14.6% from 2024. This growth is in line with the addition of capacity—which is still in the ramp-up phase—and optimization at the Company’s industrial complexes, as mentioned above.

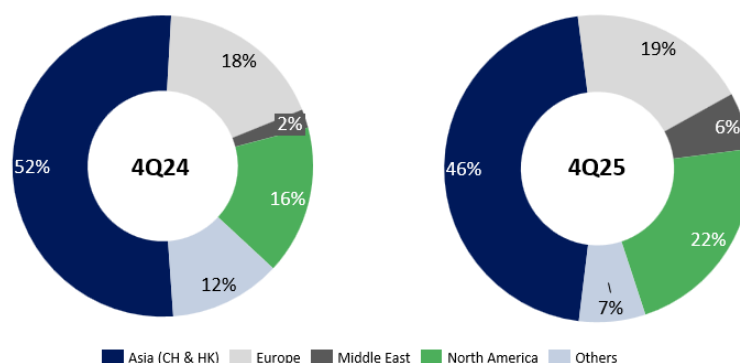
In 4Q25, sales volume was 298,000 tons, 9.9% higher compared to the same quarter of 2024.

Domestic sales accounted for 61% of total volume in 2025 and 58% in 4Q25.

Net Revenue from the South America Operation was R\$ 22,194 million in 2025, a 20.1% increase compared to 2024, driven by higher volume, as detailed above, and by the evolution of the average price. In 4Q25, Net Revenue was R\$ 6,480 million, a 12.6% increase compared to 4Q24.

In the fourth quarter of 2025, exports accounted for 58% of the segment’s revenue. Of total exports in 4Q25, approximately 46% were destined for China and Hong Kong, 22% for the United States, and 19% for European countries.

Main Export Destinations
(% of revenue)



Cost of Good Sold

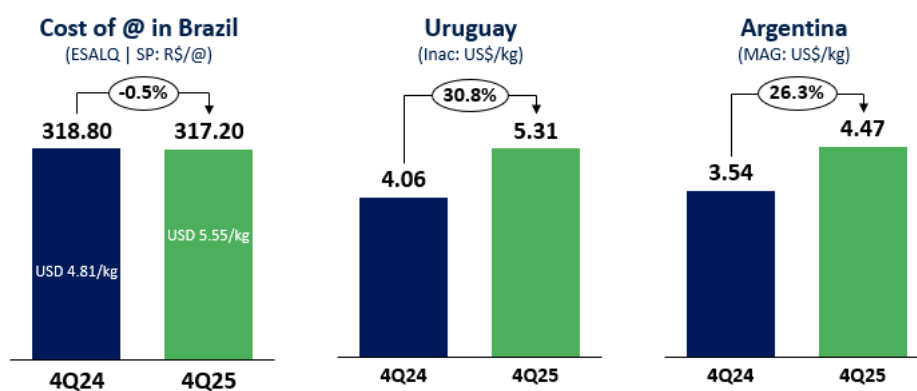
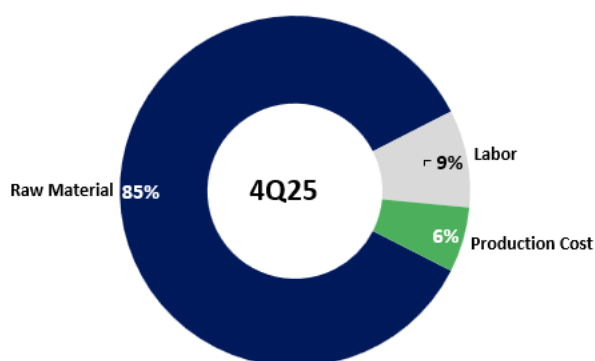
Cost of goods sold in 2025 was R\$ 18,664 million, a 20.9% increase compared to 2024, driven by higher sales volume and rising raw material costs.

In 4Q25, COGS totaled R\$ 5,444 million, a 15.3% increase compared to the same period in 2024, driven primarily by higher sales volume.

In Brazil, the cost of cattle, based on CEPEA/ESALQ data, was R\$ 317.20/head, a 0.5% decrease compared to 4Q24. Meanwhile, the export price rose to USD 5.55/kg in 4Q25 versus USD 4.81/kg in 4Q24.

In Uruguay, according to INAC data, the price of cattle in 4Q25 was 30.8% higher compared to the same period in 2024 (US\$ 5.31/kg in 4Q25 versus US\$ 4.06/kg in 4Q24).

In Argentina, the cost of raw materials was US\$4.47/kg, 26.3% higher compared to the same period in 2024.



Gross Profit and Margin

In 2025, gross profit for the South America Operation was R\$ 3,530 million, up 16.1% from the gross profit reported in 2024. The gross margin was 15.9%, compared to 16.5% in 2024.

In 4Q25, we reported gross profit of R\$ 1,037 million in the South America Operation, 0.2% higher than the result for 4Q24, with a gross margin of 16.0%.

Adjusted EBITDA and Margin

In 2025, adjusted EBITDA for the South America Operation was R\$ 2,233 million, an increase of 28.1% compared to 2024. The adjusted EBITDA margin was 10.1% in 2025, 62 basis points higher than the 2024 margin.

In 4Q25, adjusted EBITDA for the South America Operation was R\$ 682 million, a 2.8% increase compared to the same period of the previous year. The adjusted EBITDA margin for the quarter was 10.5%.

Tons (Thousand)	4Q25	4Q24	Var. %	3Q25	Var. %	2025	2024	Var%
Total Volume	1,404	1,322	6.2%	1,333	5.3%	5,196	4,981	4.3%
Domestic Market	818	781	4.8%	773	5.9%	3,005	2,805	7.1%
External Market	586	541	8.3%	561	4.5%	2,191	2,176	0.7%

R\$ Million	4Q25	4Q24	Var. %	3Q25	Var. %	2025	2024	Var%
Net Revenue	17,683	17,469	1.2%	16,283	8.6%	64,657	61,134	5.8%
Domestic Market	9,973	9,234	8.0%	9,009	10.7%	35,706	31,296	14.1%
External Market	7,710	8,235	-6.4%	7,274	6.0%	28,951	29,839	-3.0%
COGS	(13,451)	(12,998)	3.5%	(12,256)	9.7%	(48,253)	(45,299)	6.5%
Gross Profit	4,232	4,471	-5.4%	4,027	5.1%	16,404	15,835	3.6%
Gross Margin (%)	23.9%	25.6%	-166 bps	24.7%	-80 bps	25.4%	25.9%	-53 bps
Adjusted EBITDA	2,639	2,804	-5.9%	2,525	4.5%	10,416	10,508	-0.9%
Adjusted EBITDA Margin (%)	14.9%	16.0%	-113 bps	15.5%	-59 bps	16.1%	17.2%	-108 bps

In 2025, BRF achieved EBITDA of R\$10,416 million, with an EBITDA margin of 16.1%. This performance reinforces the Company's growth trajectory, which has been consistently evident in its quarterly results, and reflects a 4.3% y/y increase in sales volumes and a 5.8% increase in net revenue, even in a challenging year for local chicken production, marked by the impacts of the first case of avian influenza in commercial poultry in Brazil, recorded in May 2025.

In the domestic market, BRF reported a sequential increase in sales volume, reaching its highest level in the last quarter, even excluding the seasonal portfolio from commemorative products. This growth was driven by the strength of the main brands and the maintenance of optimal levels of our main commercial execution indicators, with emphasis on the 8% y/y increase in the client base, a 1.6 p.p. y/y reduction in product unavailability in stores, and a 1.1 p.p. y/y increase in adherence to the suggested price. In 2025, the Company delivered record sales volume of processed products, which translated into a significant gain in market share.

In addition, the success of the commemorative campaign in the fourth quarter of 2025 is worth noting; it consolidated the Sadia and Perdigão brands as leaders in the Brazilian Christmas market with a 59.9% market share², by improving commercial execution and launching high-impact marketing and trade marketing campaigns, which helped maintain their leadership in the main categories.

In the external market, diversification combined with the strength of our brands in strategic markets once again led to another year of volume growth. This progress was achieved despite the challenges posed by the temporary restriction on Brazilian chicken protein exports to several important destinations, such as China, European Union countries, and Saudi Arabia. In 2025, BRF obtained 55 new export authorizations, bringing the total to 230 since 2022. During the quarter, the company secured authorizations to export to the European Union, Japan, and Cuba.

In the GCC region³, we observed significant progress on several strategic fronts for the business in 2025. The Company continues to increase the share of processed products in sales and has invested to expand production capacity at the Kezad plant in the United Arab Emirates—a facility dedicated to producing value-added items and serving global accounts—and at the Dammam plant in Saudi Arabia. This initiative is in addition to the announcement of an investment, in partnership with the Public Investment Fund (PIF), to build a new plant dedicated to this type of product in Jeddah, Saudi Arabia. To conclude the year, in October, BRF announced the creation of Sadia Halal, an expansion of the joint venture between MBRF and the Halal Products Development Company (HPDC), a wholly-owned subsidiary of the PIF, Saudi Arabia's sovereign wealth fund. In 2025, the Sadia brand also made its debut in the fresh chicken category in Saudi Arabia through a stake in Addoha Poultry Company, a local chicken producer.

During the quarter, prices in dollars rose in the region due to limited local supply, in addition to record sales volume in the domestic operation. The company, which has been present in the region for over 50 years, stands out for its development of strong brands, market leadership, and consumer preference. Its competitive advantage includes extensive commercial and logistics capillarity, coupled with a manufacturing footprint aligned with its business strategy.

In Türkiye, the share of processed products in sales continues to help mitigate the effects of price pressure on the in natura category, which remains under pressure due to increased local supply.

2 - Source: Nielsen Scantrack | AS+C&C (October 20, 2026, to December 28, 2026)

3 - Gulf Cooperation Council (GCC): Member countries are Saudi Arabia, Bahrain, Qatar, United Arab Emirates, Kuwait and Oman

Also in the external market, a notable development is the resumption—after a seven-year ban—of chicken meat exports to European Union countries through the pre-listing system, in October 2025. This achievement strengthens Brazil’s access to one of the world’s most important markets, while also highlighting the robustness of national inspection standards and the country’s status as a benchmark in food safety.

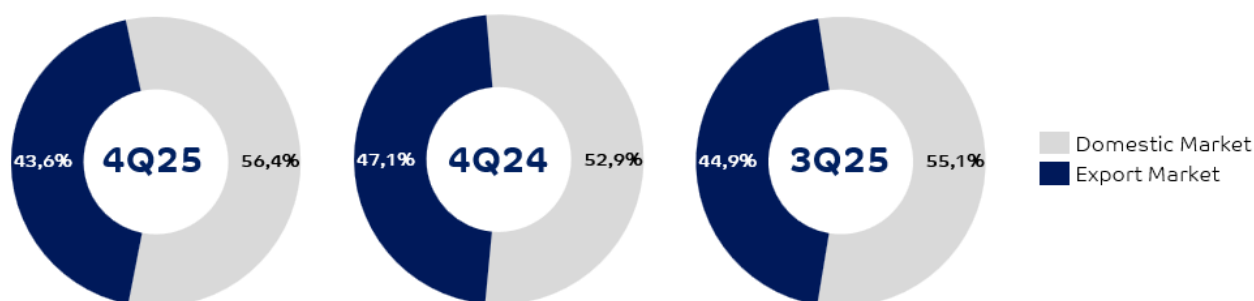
Another highlight in Direct Exports is the record volume of pork and processed products exported, with shipments to 102 countries in 2025. In line with the corporate strategy, the increase in exports of value-added products was a highlight for the markets of Argentina, Chile, the United Kingdom, and African countries. For pork exports, the development of the Southeast Asian market, achieved through new export authorizations, was decisive for the year’s results, in terms of both volume and profitability.

Finally, in China, the acquisition of the processed food factory located in Henan Province was completed in April 2025. Investments to bring the factory up to production standards are being made gradually, and testing has already begun. With this factory, we intend to meet local demand and serve global accounts.

Net Revenue and Volume

In 2025, we observed a 5.8% increase in net revenue compared to 2024, driven primarily by a 4.3% rise in sales volume in both domestic and international markets and a 1.4% increase in the average price, despite the appreciation of the Brazilian real against the U.S. dollar during the period observed.

In 4Q25, we observed a 1.2% y/y increase in net revenue, also driven by a 6.2% rise in sales volume, despite a 4.7% decline in the average price during the period. This price drop is mainly attributed to the currency effect on external market revenue and challenges in the Turkish market due to local oversupply.



Cost of Good Sold

In 2025, we observed a 6.5% increase in costs, driven primarily by i) higher sales volume (+4.3%), ii) an increase in the cost of corn consumption (+16% y/y⁴), partially offset by a decline in the cost of soybean meal consumption, iii) an increase in production costs at the Türkiye platform, iv) inflationary effects on products and services, v) the effect of the product mix sold during the period, and vi) higher volumes of raw material purchases from third parties to meet growing demand for processed products.

In 4Q25, in the annual comparison, we observed a 3.5% increase in costs, driven primarily by higher sales volumes (+6.2%) and mitigated by the accounting impact of hyperinflation in Türkiye.

In the quartely comparison, we observed a 9.7% increase in costs, primarily due to:

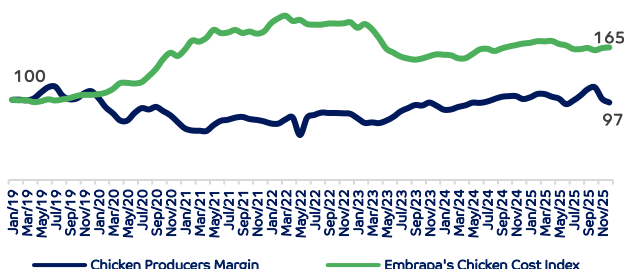
- i) higher sales volume;
- ii) higher freight expenses, reflecting inflation during the period and excess demand to accommodate year-end operations;
- iii) the mix of products sold, including the contribution from the commemorative portfolio;
- iv) the exchange rate effect on external market inventory (average exchange rate for 3Q25: R\$5.45 versus R\$5.40 in 4Q25⁵);

4 - Variation of the 6-month moving average of grain and oil prices, 2025 vs 2024. Source: Bloomberg and Cepea/ESALQ
5 - Source: Central Bank of Brazil – Average ptax for the reported periods

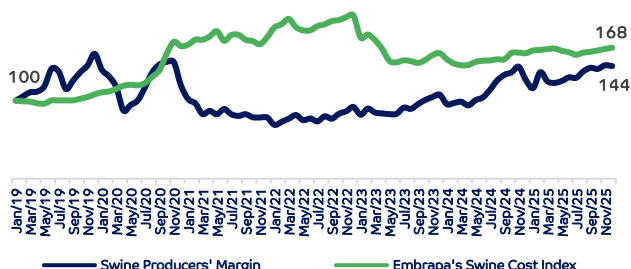
The impacts described above were partially offset by the decline in grain consumption costs in the period, reflecting the Company's assertive purchasing planning and the gains from the BRF+ efficiency program, which captured R\$ 155 million in the quarter and R\$ 1,023 million in the full year.

During the quarter, when analyzing the Embrapa Theoretical Cost Index (ICP)⁶, we observed an increase in sector production costs, influenced by the increase in feed costs at current prices. This effect, combined with the decline in domestic market prices for the in natura protein, led to a decline in profitability for chicken and pork producers⁷.

Evolution of Embrapa Cost Index and Chicken Producers' Margin (Base 100)



Evolution of Embrapa Cost Index and Swine Producers' Margin (Base 100)



Gross Profit and Margin

In 2025, gross profit was R\$ 16,404 million, an increase of 3.6% compared to 2024. The gross margin was 25.4%.

In 4Q25, BRF's gross profit was R\$ 4,232 million, a decrease of 5.4% compared to 4Q24. The gross margin was 23.9%, down from 25.6% in 4Q24.

Adjusted EBITDA and Margin

In 2025, adjusted EBITDA was R\$ 10,416 million, down marginally by 0.9% from the result reported in 2024, the best year in the history of the BRF segment. The adjusted EBITDA margin was 16.1%, a decrease of 108 basis points compared to the 2024 result.

In 4Q25, adjusted EBITDA was R\$ 2,639 million, a decrease of 5.9% compared to the same period of the previous year. The adjusted EBITDA margin for the quarter was 14.9%, a decrease of 113 bps compared to the same period of 2024.

5 - Variation of Embrapa's production cost index (ICP Poultry and ICP Swine), publicly available at www.embrapa.br

6 - Source: Bloomberg, CEPEA-Esalaq, SECEX and IBGE. Price of whole chicken and swine carcass in relation to feed cost adjusted by poultry and swine cycles

SADIA HALAL

In continuity with the Joint Material Fact disclosed on October 27, 2025, we present Sadia Halal's pro forma results.

The table below shows a historical quarterly overview of Sadia Halal's operating performance, from a comparable and consistent perspective, if its corporate structure and supply agreement had been in effect since January 1, 2024.

US\$ Million	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	2025
Net Revenue	562	506	566	615	2249
Adjusted EBITDA	62	46	62	64	234
Adjusted EBITDA Margin (%)	11.0%	9.2%	11.0%	10.4%	10.4%

Managerial figures (unaudited) calculated by the Company.

MBRF

Marfrig bfr



**BRANDS
HIGHLIGHTS**

Sadia, the top-of-mind brand in the Christmas dinner category⁸, ended the last quarter by highlighting its leading role with the campaign “This Christmas, rediscover the magic within you.” The brand is strengthening its position as a complete option for Christmas dinner in 2025 with the launch of Brigattone’s Miss Daisy dessert.

Perdigão’s Chester celebrated its 45th anniversary, reinforcing its pioneering spirit with the “How a Tradition Is Born” campaign, which reached over 160 million people. To celebrate, the brand launched three new products: stuffed semi-boneless Chester, breaded Chester breast, and Perdigão Na Brasa Chester wing tips and drumsticks, expanding its options for the holiday season. These initiatives contributed to a 1.9 percentage point gain in market share in the commemorative market⁹.

As a result, MBRF has expanded its share of the Christmas segment, reaching a 59.9%¹⁰ share of the food retail market and maintaining its first and second positions.

Qualy, the undisputed leader in the margarine category¹¹, ended the quarter by expanding the brand’s presence at the decisive moment of purchase through the debut of “Robô Qualyzinho,” an AI-powered robot that enabled real-time interaction with customers at the point of sale.

Thus, 2025 was marked by bold and convenient innovations for our consumers. We launched 25 new products, notably the “Meu Menu Perdigão” line of ready-to-eat meals, Perdigão’s entry into the ready-to-eat snacks and pies categories, and, under the Sadia brand, the expansion of the “Pop Sadia” line along with the launch of new gnocchi bowls. Additionally, in 2025, 22 items were discontinued, prioritizing a more profitable product mix and the optimization of resources.

As a result, MBRF ends 2025 by consolidating its leadership in the processed foods and margarine market with a 41.6% market share (+1.1 percentage points compared to 2024¹²), while Sadia remains the preferred food brand¹³ and the top-of-mind brand in the calabrese sausage category¹⁴. Perdigão maintains its second-place ranking in food preference¹⁵, and Qualy was the Top-of-Mind margarine brand for the 20th consecutive year¹⁶.

In the pet food sector, BRF PET’s brands stood out with the “Green December” campaign for the Guabi Natural brand. The initiative aims to raise awareness about animal abandonment and abuse; to make a meaningful impact, the brand transformed buildings in São Paulo into giant screens displaying messages to raise awareness about this cause. Meanwhile, the GranPlus brand ended the year with the “More Flavor, Please! Your pet asks for GranPlus” campaign, aired on digital media through videos showing dogs and cats asking for the brand’s irresistible flavor, reinforcing its pillar of tasty nutrition. To amplify the impact, we worked with influencers and various media formats, bringing the brand even closer to pet owners and their pets. As a result, we reached over 50 million people and recorded more than 40 million interactions—numbers that reflect the brand’s strength and relevance.



8 - Source: Folha Top of Mind 2025 | Christmas Dinners, Calabrian Sausage, and Margarines
9 - Source: Nielsen Scantrack | AS+C&C (October 20, 2026 – December 28, 2026)
10 - Source: Nielsen Scantrack | AS+C&C (October 20, 2026 to December 28, 2026)
11 - Nielsen Retail - 2025 reading: processed foods and margarines
12 - Nielsen Retail - 2025 reading: processed foods and margarines
13 - Kantar Insights - food tracking. Total Brazil, 2025
14 - Source: Folha Top of Mind 2025 | Christmas Dinners, Calabrian Sausage, and Margarines
15 - Kantar Insights - Food Tracking. Total Brazil, 2025
16 - Source: Folha Top of Mind 2025 | Christmas Dinners, Calabrian Sausage, and Margarines

INTERNATIONAL

In the GCC countries, the fourth quarter recorded significant growth in market share compared to the previous quarter¹⁷. Value-added segments remain a priority focus, driven by the consistent execution of strategic priorities, innovative product launches, and strengthened marketing initiatives.

Sadia has formed a strategic partnership with Riyadh Season, Saudi Arabia’s premier entertainment platform, which attracts more than 20 million visitors annually. This partnership aims to boost brand preference by strengthening Sadia’s cultural relevance and fostering direct engagement with consumers across the Kingdom.

Sadia also launched a social media campaign centered on the barbecue season, showcasing its convenient product line, including the Easy & Juicy line and Sadia Burgers. The campaign highlighted the products’ key attributes, variety, and versatility. The initiative featured influencers and social media platforms, reaching 11 million consumers across the GCC.

In Türkiye, as part of our strategic focus on ready-to-eat and cold-cut products, we successfully launched the “Tarif Marif Yok, Ban Ban Ban!” campaign, which we had been developing for quite some time to engage young consumers—our most important target audience—more effectively and precisely. The campaign performed exceptionally well, achieving 275 million impressions, 175 million views, and 139 million reach. Brand Lift survey results further validated the campaign’s strong impact. On Meta platforms, purchase intent increased by 144%, while Google reported a 200% increase in brand lift, clearly demonstrating the campaign’s effectiveness in driving both brand awareness and engagement.

We have also achieved significant recognition in the field of corporate reputation. We were honored with an award in the Food category at the Platin Global 100 Awards, which recognizes companies that successfully represent Türkiye on the international stage under the theme “Impact Economy.” Additionally, we ranked in 2nd place in the Packaged Meat sector in Capital Magazine’s Most Admired Companies of Türkiye survey.

For the rest of the globe, in 2025 we launched 161 new SKUs, 30 of them in the fourth quarter, contributing to the diversification of our international portfolio and greater profitability from commodities.

In Europe, we participated for the first time, as MBRF, in Anuga—one of the world’s largest food and beverage trade fairs, held in Cologne, Germany. With a booth spanning over 270 m², we showcased our iconic brands to a global audience. Over the five-day event, we welcomed more than 1,200 visitors and held over 500 meetings with clients and partners.

Also during the quarter, we developed a strategic portfolio to serve the European market, driven by the commercial opening made possible by the pre-listing system.

In Asia, we continued to advance the development and expansion of the processed food and pork cuts markets, with significant progress in Japan and Southeast Asian countries. In 2025, we launched Sadia Beef, consolidating the Sadia brand as a pillar of our multi-protein strategy, with China and other Asian markets receiving the first shipments. We also introduced the Sadia Organic Beef line, expanding our higher-value-added portfolio, with the United States as the initial destination.



**MARKET
SHARE**

38.6%
in the GCC

24.3%
in Türkiye

¹⁷ -Source: Nielsen

MBRF

Marfrig bfr



ESG

HIGHLIGHTS AND ADVANCES IN THE ESG AGENDA



Traceability

The Company achieved 100% socio-environmental monitoring of indirect cattle suppliers by the end of last year (2025), while also maintaining 100% monitoring of direct cattle suppliers. It also maintained 100% control over grain production across all of Brazil's biomes.

Through the Verde+ Program, more than 180 farms were reintegrated in 2025, bringing the total number of reintegrated properties over the past five years to more than 4,380.



Sustainability Governance

Achieved a Triple A rating (Climate, Water Security, and Forests) from CDP, ranking among the 23 companies worldwide to achieve this result out of more than 23,000 assessed.

Inclusion in the 16th edition of B3's Carbon Efficient Index (ICO2 B3), which recognizes companies with consistent performance in the management and transparency of greenhouse gas (GHG) emissions.



Animal Welfare

Consolidation of the commitment to use 100% cage-free eggs in all operations.



Climate Change

In line with our global goal of achieving 100% renewable energy in our operations by 2030, we aim to reach 80% by 2025, with a particular focus on Brazil, where we already operate using 100% renewable electricity. On the farm, more than 60% of our poultry and swine production already uses solar energy.

Launch of the Low-Carbon Meat Protocol in partnership with Embrapa, which reduces emissions from beef cattle farming by an average of 35%.

MBRF

Marfrig  bfr 



Annexes

Annexes

Income Statements by Segment

4Q25	North America		South America		BRF		Corporate	
	R\$	%NOR	R\$	%NOR	R\$	%NOR	R\$	%NOR
Net Revenue	19,752	100.0%	6,480	100.0%	17,683	100.0%	-	-
COGS	(19,264)	-97.5%	(5,444)	-84.0%	(13,451)	-76.1%	(229)	-
Gross Profit	488	2.5%	1,037	16.0%	4,232	23.9%	(229)	-
SG&A	(621)	-3.1%	(483)	-7.5%	(2,777)	-15.7%	(135)	-
Adjusted EBITDA	149	0.8%	682	10.5%	2,639	14.9%	(59)	-

EBITDA and Adjusted EBITDA Reconciliation

EBITDA and Adjusted EBITDA Reconciliation	4Q25	4Q24
R\$ Million		
Net Profit / Loss Attributed to the Controller	91	2,579
Provision of income and social contribution taxes	(488)	(584)
Non-controlling Interest	(134)	151
Net Exchange Variation	(161)	264
Net Financial Charges	2,282	1,931
Depreciation & Amortization	1,667	1,959
EBITDA	3,258	6,299
Equivalence of non-controlled companies	(5)	4
Expenses related to the restructuring and merger with BRF	94	0
Hyperinflation	42	(107)
Other Operational Revenues/Expenses	22	(2,450)
Adjusted EBITDA	3,410	3,746

Currency Rate

Currency	4Q25	4Q24	Var. %	3Q25	Var. %
Average Dollar (R\$ US\$)	5.40	5.84	-7.5%	5.45	-0.9%
Closing Dollar (R\$ US\$)	5.50	6.17	-10.9%	5.32	3.4%
Average UYU Peso (UYU US\$)	39.11	42.69	-8.4%	40.11	-2.5%
Average ARS Peso (ARS US\$)	1,449.58	1,000.03	45.0%	1,333.70	8.7%

MBRF

Marfrig bfr



MBRF

Overview

FY 2025

+130k

EMPLOYEES

120

COUNTRIES

R\$ 164 bn

CONSOLIDATED
NET REVENUE

R\$ 13.2 bn

CONSOLIDATED
ADJUSTED EBITDA

R\$ 13.1 bn

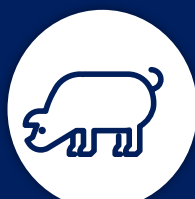
OPERATING
CASH FLOW



Daily slaughter
capacity

+20,000

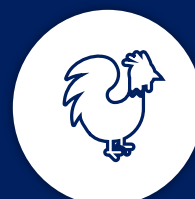
Heads of cattle



Daily slaughter
capacity

40,000

Heads of swine

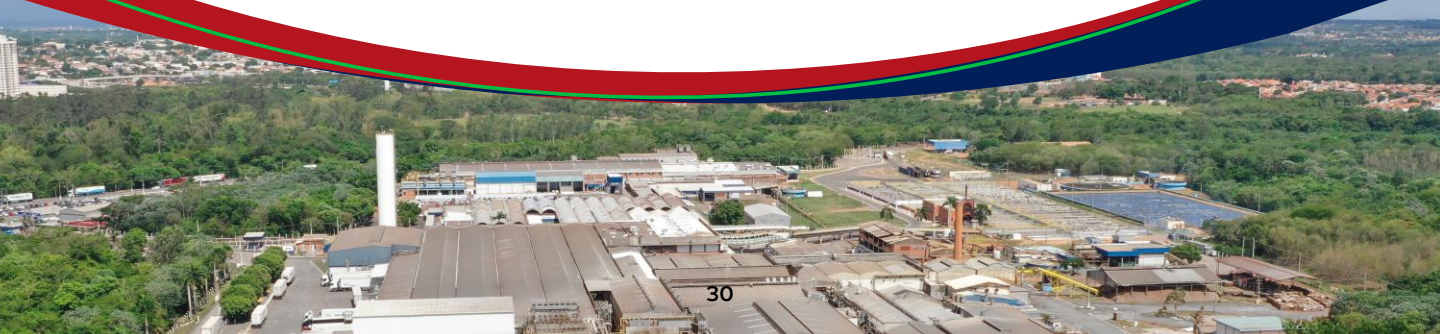


Daily slaughter
capacity

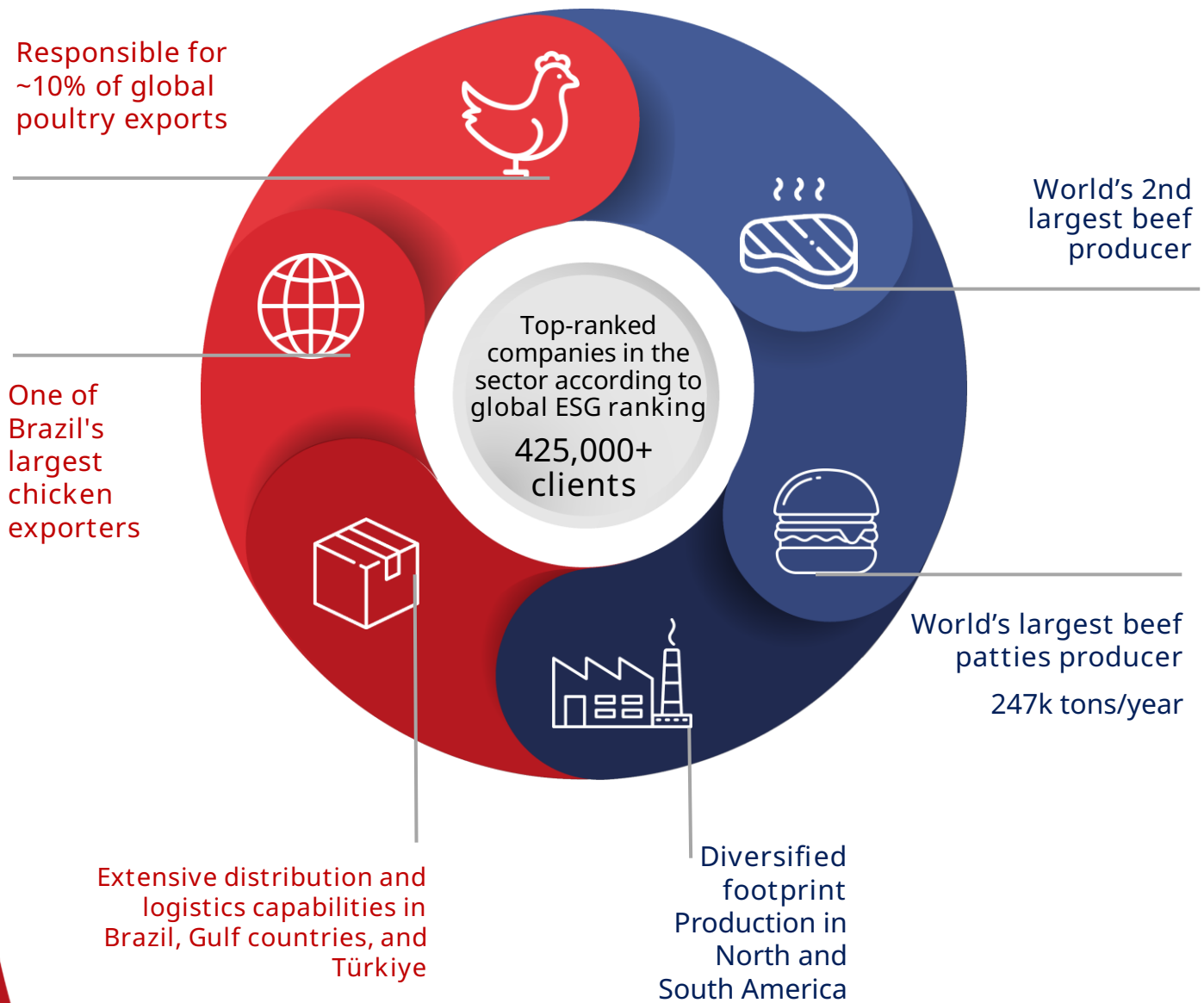
6,000,000

Heads of poultry

A Global multi-protein company present in 120 countries and with 130,000 employees



The MBRF is present on the table of millions of people around the world



Leadership in complementary segments, exclusive portfolio of iconic brands



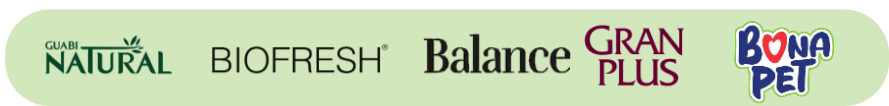
In Natura
Chicken, Pork,
Turkey and Beef



Processed Products
Ready meals, franks, cold cuts, sliced meats, pâtés, hamburguers, canned goods, pre-cooked items and dried meat



PET
Food and Treats



Ingredients
Viscera flour, fats and hydrolysates, gelatin and collagen



GELPRIME

Source: Company documents

Corporate Governance

Shareholder structure



Management Team



Miguel Gularte
Global Chief Executive Officer



Artemio Listoni
Industrial Operations and Logistics Vice-President



Jose Ignacio Scoseria
Chief Financial, Investor Relations, Management & Technology Officer



Manoel Martins
Brazil Market and Marketing Vice-President



Fabio Stumpf
Agribusiness and Quality Vice-President



Fabio Mariano
Halal Market Vice-President



Heraldo Geres
Legal, Tax, Corporate Affairs and People Vice-President



Leonardo Dall'orto
International Market and Supply Vice-President



Rodrigo Marçal Filho
Executive Director of Origination and Agribusiness-Cattle



Alisson Navarro
Beef Vice-President

Board of Directors



Marcos Molina
 Marfrig



Marcia A. M. Santos
 Marfrig



Rodrigo Marçal Filho
 Marfrig



Tang David
 Marfrig



Antonio Maciel Neto



Herculano Aníbal Alves



Roberto Silva Waack

IR CONTACT

Investor Relations Website: <https://ri.mbrf.com>

Investor Relations Phone: +55 (11) 2322-5377

E-mail: ri@mbrf.com

José Ignacio Scoseria Rey

Chief Financial, Investor Relations, Management and Technology Officer

Leticia Vaccaro

Fernanda Coutinho

Leonardo Squarizi

Marianna Marcondes

Daniel Mattei

Press

E-mail: imprensa@mbrf.com

DISCLAIMER

This material constitutes a presentation of general information about Marfrig Global Foods S.A. and its consolidated subsidiaries (collectively, the “Company”) as of the present date. Such information is presented in summary form and should not be considered in isolation when making any decision. The Company's financial statements, prepared in accordance with corporate law and applicable accounting regulations, are available at <https://ri.mbrf.com/> and filed with the Brazilian Securities and Exchange Commission (CVM) (https://www.gov.br/cvm/en?set_language=en).

The Company makes no representations or warranties, express or implied, regarding the information contained herein. Neither the Company nor any of its affiliates, advisors, or representatives assume any responsibility for any loss or damage resulting from any information presented or contained in this presentation.

The information presented or contained in this presentation is current as of December 31, 2025, and, unless expressly stated otherwise, is subject to change without notice. Neither the Company nor any of its affiliates, consultants, or representatives have undertaken any commitment to update such information after this date. This presentation should not be construed as legal, tax, investment, or any other type of recommendation.

This presentation contains data obtained from various external sources, which the Company has not verified through any independent source. Accordingly, the Company makes no warranty as to the accuracy or completeness of such data, which involves risks and uncertainties and is subject to change based on various factors.

This presentation contains forward-looking statements. Such statements do not constitute historical facts and reflect the beliefs and expectations of the Company's management. The words “anticipate,” “believe,” “expect,” “estimate,” “intend,” “forecast,” “plan,” “predict,” “project,” “target,” and similar expressions are intended to identify such forward-looking statements.

Although the Company believes that the expectations and assumptions reflected in the forward-looking statements are reasonable and based on information currently available to its management, it cannot guarantee future results or events. It is advisable that such forward-looking statements be considered with caution, as actual results may differ materially from those expressed or implied in such statements.

Securities may not be offered or sold in the United States unless they are registered or exempt from registration under the U.S. Securities Act of 1933, as amended (the “Securities Act”). Any future offerings of securities will be made solely by means of an offering memorandum. This presentation does not constitute an offer, invitation, or solicitation of an offer to subscribe for or purchase any securities, and neither this presentation nor any information or statement contained herein should be relied upon or considered in connection with any contract or commitment of any kind. Any decision to purchase securities in any offering of the Company's securities should be made based on the information contained in the offering documents, which may be published or distributed from time to time in connection with any offering of the Company's securities, as applicable.